سلسلة
آفاق الفنون

فن الكتابة للإذاعة

تأليف

د/ نبيل راغب



الـكـتـــاب : فن الكتابة للإذاعة

المؤلـــــف : د. نبيل راغب

رقـم الإيـداع : ١٤٣٤٠ / ٢٠٠٥

تـاريـخ الـنشـر : ٢٠٠٦

الترقيم الدولى : I. S. B. N. 977 - 215 - 839 - 6

الـنـــاشـــر : دار غـريب لـلـطـبـاعـة والـنشـر والـتـوزيـع
شركة ذات مسئولية محدودة

الإدارة والمطابع : ١٢ شارع نوبار لاظوغلى (القاهرة)

ت : ٧٩٤٢٠٧٩ فاكس ٧٩٥٤٣٢٤

الـتـــوزيـــع : دار غريب ٣،١ شارع كامل صدقى الفجالة – القاهرة

ت ٥٩٠٢١٠٧ – ٥٩١٧٩٥٩

إدارة التسويق والمعرض الدائم : ١٢٨ شارع مصطفى النحاس مدينة نصر – الدور الأول
ت ٢٧٣٨١٤٢ – ٢٧٣٨١٤٣

«فصول الدراسة»

الموضوع | الصفحة



مقدمة

لا شك أن الراديو كان بمثابة نقطة انطلاق تاريخية ، سواء فى المجال الصحفى الذى يركز على التغطية الإخبارية والتحليلية ، أو فى المجال الدرامى الإبداعى الذى أنتج نوعًا جديدًا من الدراما عُرف باسم «الدراما الإذاعية» أو «دراما الراديو» ، أو فى المجال الثقافى الذى استطاع الراديو به أن يصل إلى كل قطاعات المستمعين بمن فيهم الأميون الذين خرج بهم الراديو من أزمة عدم القدرة على القراءة إلى القدرة على الاستماع أو الفهم العميق لمجريات الأمور ، أو فى المجال الدعائى والإعلانى الذى يصل إلى ملايين المستهلكين فى شتى البقاع ويغطى مساحات شاسعة من التجمعات البشرية لم تبلغها أية وسائل دعائية أو إعلانية من قبل .

ومن هنا كانت أصول الكتابة للراديو متعددة ومتنوعة ، وتتوسل بفنون وعلوم مستوحاة من مجالات الصياغة اللغوية والتغطية الإخبارية والتحليلية والبث المدروس للأفكار والتوجهات وأساليب الإبداع الدرامى التى تعتمد على مؤثرات لا حصر لها على أذن المستمع وخياله ونشر كل الأنواع الممكنة سواء للثقافات المحلية أو الثقافات العالمية بهدف التنوير والارتقاء بالوعى الجمعى لجماهير المستمعين ، والعمل على تدوير رأس المال فى المجال التجارى من خلال التطبيقات المتجددة للدعاية والإعلان ، والتى تعرف المستمعين بمختلف أنواع السلع التى قد يحتاجون إليها ، فيقبلون على شرائها ، وبالتالى تزدهر الأحوال الاقتصادية . ولذلك تتعدد أصول الكتابة للراديو وتتنوع ، بتعدد وتنوع هذه المجالات التى يسعى هذا الكتاب لدراسة أساليبها ومناهجها بقدر الإمكان ،

ذلك أن الراديو ، منذ بدايته ، وجد نفسه داخل شبكة من علاقات حميمة مع الصحافة ، والدراما ، والثقافة ، والدعاية والإعلان ، وهى علاقات لم تخل من حساسيات وتناقضات فى بعض الأحيان .

فعند ظهور الراديو كانت علاقته بالصحيفة حرجة وشائكة ، وأعلن الصحفيون ما يشبه الحرب عليه ، خاصة عندما لاحظوا إقبال المعلنين عليه نظرًا لانتشاره الواسع بين كل طبقات الشعب ، حتى بين الذين لا يعرفون القراءة أو لا يجيدونها أو لا يقبلون عليها . لكن سرعان ما أدرك رجال الصحافة أن الصراع بين الصحيفة والراديو صراع عقيم لا معنى له ، لأن هدفهما الصحفى واحد وإن اختلفت قنوات التوصيل ووسائله . ومن هنا بدأ تفكير المؤسسات الصحفية العريقة والراسخة فى إنشاء محطات وشبكات للراديو خاصة بها بحيث تصبح بمثابة قوة دفع جديدة لطاقتها الصحفية وليست خصمًا منها .

والتغطية الصحفية سواء أكانت إخبارية أم تحليلية ، ليست مقصورة على نشرة الأخبار التى يذيعها الراديو والتعليق عليها ، بل هى تمتد لتشمل كل المواد الإذاعية التى تقدم مثل الاقتصاد والصناعة والزراعة والتجارة والتكنولوجيا والطب والعلوم والفضاء والسياحة والرحلات والرياضة والمرأة والنقد والأدب والموسيقى والمسرح والسينما ... الخ ، مثلها فى ذلك مثل التغطية الصحفية المقروءة ، أى أن الفرق الأساسى بين الراديو والصحيفة ، يكاد ينحصر فى الفرق بين الاستماع والقراءة ، أما المواد الصحفية والإذاعية فتكاد تكون واحدة . فهى تقدم المضامين الخبرية ثم تقوم بالتعليق عليها وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها وشرحها للمتلقى ، قارئًا كان أم مستمعًا ، حتى يدرك الأسباب التى أدت إليها والنتائج التى ترتبت أو يتوقع أن تترتب عليها . لكن أصول الكتابة للقارىء تختلف عنها بالنسبة للمستمع الذى إذا فاتته فقرة أو فكرة فإنه لا يستطيع العودة

لمراجعتها كما يفعل القارئ بالصحيفة التى بين يديه ورهن إشارته . ومن هنا كانت الفروق الجوهرية بين الكتابة للصحيفة ذات الجمهور المحدود بالنسبة لجمهور الراديو الذى يشتمل على شتى قطاعات المجتمع .

أما أصول كتابة الدراما الإذاعية فتكمن فى أنها فن يعتمد فى وصوله إلى المستمعين ، على الصوت ، سواءً أكان صوتًا بشريًا أم لحنًا موسيقيًا أم أى نوع من المؤثرات الصوتية . ولذلك فهو فن صعب لأنه لا يتيح للمؤلف إمكانات متعددة للتعبير ، وفى الوقت نفسه يفرض عليه توصيل العمل الدرامى بكل أبعاده إلى المستمعين . لكن هذا التحدى يشكل متعة للكاتب المتمكن من أصول الدراما الإذاعية فى حين يمثل عقبة فى سبيل الكاتب الذى يعجز عن توظيف الصوت فى التوصيل الكامل لما يريده من عمله الدرامى . فهو متعة للكاتب المتمكن لأنه يفتح له آفاقًا غير متاحة للدراما المسرحية أو السينمائية أو التليفزيونية التى تقيد المشاهد بعناصر الصورة المرئية أمامه والمحددة بالكادر الذى لا يمكن تجاوز إطاره ، أى أن عنصر الفرجة والمتابعة يغلب على عنصر التأمل والخيال .

أما الكتاب المهتمون بالدور الثقافى للراديو ، فهم يعتبرونه من أخطر المهام التى يجب أن ينهض بها . فلم تعد الثقافة مجرد الاطلاع الواسع على شتى أنواع المعرفة ، بل أصبحت البوصلة التى تحدد مسار الإنسان فى سبل الحياة الحديثة المتشعبة ، والأداة التى تساعده على فهم قوانينها ، وكيفية التعامل معها ، وامتلاك القدرة على أن يكيف موقفه فى مواجهة متغيراتها وتقلباتها ، والارتقاء بمستواه الاجتماعى ؛ بمعنى أن وظيفة الثقافة هى وظيفة تنويرية وتربوية فى آن واحد ، وهى وظيفة الراديو على وجه التحديد . فمن خلال تعدد برامجه واختلاف أنواعها ، يستطيع توصيل كل المستويات الثقافية التى تتراوح بين الثقافة الكلاسيكية الرفيعة والثقافة الشعبية الفولكلورية .

ويستطيع الراديو أن يجمع فى برامجه بين الثقافة والدعاية ، نظرًا للمساحة الزمنية الكبيرة والبرامج العديدة المتنوعة التى يتمتع بها ، وذلك برغم الاختلاف البين بين الثقافة والدعاية . فالدعاية تنقل إلى المستمعين التوجهات والأفكار والآراء غير المعروفة للأغلبية ، والتى يمكن قبولها أو رفضها ، فى حين أن الثقافة تنقل ميراثًا فكريًا وسلوكيًا واجتماعيًا ليس للمستمع دخل فيه . ومع ذلك فإن الدعاية لم تحظ باحترام كبير عند معظم الكتاب والمفكرين على أساس أنها عمل سطحى ووقتى ، فى حين أن الثقافة تهدف إلى تكوين الشخصية الناضجة فكرًا وسلوكًا .

ويأمل هذا الكتاب فى أن ينير الطريق أمام جماهير الراديو ، لعل استمتاعها به يزيد عندما تدرك أصول الصنعة فى مجال الكتابة للراديو .

د. نبيل راغب

الفصل الأول

الراديو بين الماضى والحاضر

أثبتت الصحافة قدرتها الفائقة على استيعاب كل إنجازات العصر التكنولوجية وتوظيفها فى خدمة أهدافها التنويرية والتثقيفية والتعليمية والحضارية . فلم يعد الأمر مقصورًا على صدور الصحيفة اليومية أو المجلة الأسبوعية أو الدورية المنتظمة أو غير المنتظمة ، بل دخلت المجال بعدها الاختراعات الجديدة ابتداء من الراديو ثم التليفزيون وما ترتب عليهما من أقمار صناعية وشبكات فضائية وثورة إعلامية جعلت من العالم الشاسع الأرجاء قرية صغيرة . وبذلك أصبحت الصحيفة إحدى أدوات الصحافة بعد أن كانت مرادفة لها ، ولم تعد صاحبة الجلالة الوحيدة فى بلاط الصحافة . وعند ظهور الراديو كانت علاقته بالصحيفة حرجة وشائكة ، وأعلن الصحفيون ما يشبه الحرب عليه ، خاصة عندما لاحظوا إقبال المعلنين عليه نظرًا لانتشاره الواسع بين كل طبقات الشعب ، حتى بين الذين لا يعرفون القراءة أو لا يجيدونها أو لا يقبلون عليها . لكن سرعان ما أدرك رجال الصحافة أن الصراع بين الصحيفة والراديو صراع عقيم لا معنى له ، لأن هدفهما الصحفى واحد وإن اختلفت قنوات التوصيل ووسائله . ومن هنا بدأ تفكير المؤسسات الصحفية العريقة والراسخة فى إنشاء محطات وشبكات للراديو خاصة بها بحيث تصبح بمثابة قوة دفع جديدة لطاقتها الصحفية وليست خصمًا منها .

ظهرت بوادر الراديو عندما تمكن المخترع الإيطالى ماركونى من ابتكار جهاز لاسلكى فى عام ١٨٩٥ ، استطاع به أن ينقل الرسائل عبر الهواء عن طريق

نبضات كهرومغناطيسية . وكان هذا إيذانًا بخطوة ثورية جديدة فى مجال العمل الصحفى ، تأكدت إمكاناتها العملية فى عام ١٩١٠ عندما تم القبض على قاتل سفاح يدعى دكتور كريبن كان قد حاول الهروب على السفينة مونتروز إلى أمريكا . وعندما تعرف قبطان السفينة على شخصيته ، وكانت السفينة فى عرض المحيط الأطلنطى ، أرسل برقية بهذا المضمون إلى لندن ، بحيث تم القبض عليه بمجرد رسو السفينة فى الميناء . وكانت سلطات الأمن والشرطة أسبق من رجال الصحافة فى توظيف هذا الاختراع الجديد .

كانت خطوات الصحف بطيئة نحو التعرف على إمكانات الراديو وطاقاته ، ومن بعده التليفزيون أيضًا . لكن سرعة انتشار الاختراع فى مختلف مجالات الحياة ، أدت بالصحافة إلى تغيير معظم أساليبها المرتبطة بالاتصالات ونقل الأخبار من مختلف أنحاء العالم . ولعل تأخر توظيف الصحافة للراديو راجع فى البداية إلى احتكار شركات اللاسلكى والأجهزة الكهربائية للاختراع الجديد الذى قامت بتسويقه فى مجالات الأمن والمواصلات ووزارات الدفاع والخارجية ، لكنها لم ترحب كثيرًا بالتعامل مع الصحافة حتى لا تتمتع بالإمكانات الفائقة التى يمكن أن يقدمها لها الراديو ، فتحتويه ويتحول إلى مجرد أداة من أدواتها . لكن الأمر لم يستمر كثيرًا على هذا الوضع . فقد أدركت الحكومات أن الراديو اختراع قومى لابد أن يكون فى خدمتها بطريقة أو بأخرى ، ويجب ألا تنحصر المسألة فى مجرد تنافس بين مؤسسة قديمة وأخرى جديدة ، بل يجب أن يتحول التنافس إلى تعاون يمكن كلاً منهما من الاستفادة بإمكانات الآخر ، خاصة أن جوهر العمل الإذاعى لا يختلف كثيرًا عن جوهر العمل الصحفى . فالاختلاف يقتصر على الأداة والوسيلة ، أما الهدف والغاية فيتمثلان فى تنوير العقل البشرى والكشف عن آفاق جديدة لمسيرة الإنسان الحضارية .

وإذا أخذنا بريطانيا على سبيل المثال ، سنجد أن الحكومة فى عام ١٩٢٢ منحت ترخيصًا لمدة عامين ، لما عرف فى ذلك الوقت باسم «شركة الإذاعة البريطانية» ، وهى منظمة تجارية أنشأها ستة من صانعى أجهزة اللاسلكى والأجهزة الكهربائية على شكل شركة تضامن للتجارة الإذاعية . وفى عام ١٩٢٦ بعد أن تم تجديد عقد الشركة مرتين ، وجَدت الحكومة البريطانية أن عدد حائزى أجهزة الراديو فى بريطانيا قد تجاوز المليونين ، وأنه من العبث ترك المسألة فى أيدى مجرد تجار ومعلنين ، فى حين أن هذا الجهاز الجديد العجيب قادر على صناعة عقل الإنسان وبالتالى عقل الأمة بأسرها . عندئذ قامت بتأسيس «هيئة الإذاعة البريطانية» بناء على أمر ملكى نص على أن تكون مؤسسة قومية فى خدمة الأنشطة الإذاعية العامة .

وما جرى فى بريطانيا ، جرى تقريبا فى معظم البلاد التى أدخلت الراديو كوسيلة تجارية فى البداية ثم تحول بالضرورة إلى مؤسسة قومية تشارك الصحف فى صناعة الرأى العام وتنوير العقل الجمعى . فقد كانت كلها شركات أهلية تذيع ما يتراءى لها فى حدود الرقابة المفروضة عليها التى حظرت عليها الخوض فى القضايا السياسية التى لا تساير توجهات الدولة ، أو فى الآراء الدينية التى تتعارض مع القيم الدينية السائدة ، أو الخوض فى الموضوعات الجنسية التى يمكن أن تحض الشباب على الإباحية والفجور . لكن هذه المحظورات الثلاثة لم تفلح فى وضع منهج إعلامى تنويرى وتثقيفى لتلك الإذاعات الأهلية التى تنافست فيما بينها لدرجة تبادل السباب والشتائم ، مما جعلها أضحوكة للصحف الفكاهية والساخرة والكاريكاتيرية التى تشفت فى فشل الاختراع الجديد الذى ظن فى نفسه القدرة على القضاء المبرم على الصحف . وكان من الطبيعى أن تسارع الحكومات فى مختلف بلاد العالم إلى تحويل الإذاعات الأهلية إلى مؤسسات قومية تبلور توجهات الرأى العام ، وتقوم بالجهد العام فى تثقيف العقل الجمعى

وتنويره . ومهما قيل فى التفرقة بين الأسلوب الإذاعى المتبع فى الدول الديمقراطية والآخر المتبع فى الدول الشمولية ، فإن جوهر العملية الإذاعية واحد . فليس صحيحًا أن الإذاعة فى الدول الديمقراطية لا تمثل توجهاتها الأساسية أو يمكن أن تهاجم خطها السياسى العام لأن الأمر لابد أن يبدو مضحكًا ومثيرًا للسخرية عندما تعلن الدولة عن استراتيجيتها السياسية ثم تأتى إذاعتها الرسمية القومية لتدحض هذه الاستراتيجية بحجة أنها إذاعة حرة وغير خاضعة لسيطرة الدولة أو دعمها المالى . فالحرية الوحيدة التى تتمتع بها هذه الإذاعات أنها تفسح المجال للرأى والرأى الآخر ، ولذلك فأحزاب المعارضة لها نفس المساحة الإعلامية التى يتمتع بها حزب الحكومة ، لكن التوجهات فى النهاية قومية ومتبلورة فى أطر متعارف عليها . أما فى الدول الشمولية فالأمر واضح وصريح إذ إن الإذاعة هى الصوت بل والبوق الرسمى للنظام الحاكم ، وهو مبدأ ينطبق على الراديو والتليفزيون كما ينطبق على الصحافة وغير ذلك من وسائل الإعلام .

وفى تلك المرحلة المبكرة من تاريخ الراديو ، اعتبر وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى برغم دوره الحيوى الذى نهض به فى أثناء الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨) خاصة فى مجال الدعاية وابلاغ التعليمات للجنود . ونظرًا لأن الولايات المتحدة الأمريكية لم تعان من ويلات الحرب العالمية الأولى إلا فى عامها الأخير ، فقد سعى مهندس أمريكى شاب فى عام ١٩١٦ من خلال شركة وستنجهاوس التى كان يعمل بها ، والتى كانت من أوائل الشركات التى أنتجت أجهزة الراديو ، إلى استخدام هذه الأجهزة فى نقل الموسيقى لاسلكيًا إلى المنازل ، وكذلك الأحداث الهامة والمحاضرات ونتائج مباريات البيزبول . لكن دور الراديو ظل مقصورًا على مجال الترفيه ونقل شذرات من الأخبار والمعلومات دون طرح منهج محدد أو قضايا متبلورة .

ويحدد بعض المؤرخين بداية ارتباط الراديو بالعمل الصحفى بالسنوات التى سبقت الحرب العالمية الثانية ، خاصة فترة التوترات والمفاوضات فى أواخر عقد الثلاثينيات . وكان من أهم الأحداث التى نقلها الراديو إلى أنحاء العالم تنازل الملك إدوارد الثامن عن عرش بريطانيا فى عام ١٩٣٦ من أجل المرأة الأمريكية ليدى سمسون التى أحبها . فقد أصبح الراديو قادرًا على نقل موضوعات وقضايا متكاملة ، يمكن متابعتها يومًا بعد يوم . وتلا هذه القضية الرومانسية الغامضة المثيرة ، أحداث سياسية مصيرية فى تاريخ العالم ، بدأت بأزمة ميونخ وبلغت ذروتها باعلان الحرب العالمية الثانية فى أول سبتمبر عام ١٩٣٩ . وكان للراديو السبق فى نقل أحداث هذا الآتون الذى اصطلى العالم بناره يومًا بعد يوم ، بحيث فقدت الصحف دورها الريادى الذى تمتعت به فى الحرب العالمية الأولى .

ففى الحرب العالمية الثانية شكل الراديو تحديًا حقيقيًا للصحف التى عجزت عن نقل أخبار المعارك فى مختلف الجبهات بالأسلوب الفورى واللحظى الذى مارسته محطات الراديو التى أصبح لها مراسلون فى هذه الجبهات ينافسون مراسلى الصحف فى نقل الأخبار التى تذاع فور تبليغها للمحطات . ولم يعد الناس ينتظرون على أحر من جمر وصول الطبعات الجديدة من الصحف إليهم ، بل يكفيهم تشغيل مفتاح الراديو ليعرفوا آخر تطورات المعارك والأحداث اللاهثة لحظة بلحظة . وقد أدرك القادة والزعماء الدور الخطير الذى يمكن أن يلعبه الراديو فى توجيه دفة المعارك من خلال تكوين الرأى العام ، فحرصوا على توجيه أحاديث شبه منتظمة إلى شعوبهم حتى يضعوهم فى الصورة أولاً بأول لتدعيم العلاقة بين القيادة والجماهير ، بين القمة والقاعدة . فكانت أحاديث تشرشل للشعب البريطانى بمثابة قطب مغناطيسى جذب إليه كل فئات الشعب

وقطاعاته ، وكذلك كانت نداءات ديجول وأحاديثه إلى الشعب الفرنسى ، مما أغرى الرئيس الأمريكى فرانكلين روزفلت باتباع نفس النهج عندما دخلت الولايات المتحدة الحرب ، وواظب على حديثه الذى عرف باسم «حديث أو دردشة المدفأة» .

وكما كان الراديو مهمًا وحيويًا وضروريًا فى زمن الحرب ، فإن هذا الدور لم يتراجع فى زمن السلم بل ازداد انتشارًا وعمقًا ، خاصة بعد انتشار الجهاز الذى يعمل بالبطارية فبلغ المناطق التى لا تتمتع بالتيار الكهربائى ، ثم جاء اختراع الجهاز الترانزستور الذى أصبح فى حجم الكف بحيث يحمله المستمع إلى أى مكان يذهب إليه دون أدنى مشقة ، بعد أن كان الجهاز المتنقل الوحيد هو راديو السيارة . واستطاع الراديو تغطية كل الأنشطة الصحفية ولكن بأسلوبه الخاص الذى تفرضه طبيعة أدائه : التغطية الخبرية والتحليلية للأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، والمعارك الحربية ، والصراعات الإقليمية ، والإنجازات العلمية فى مجالات الطب والصناعة والتكنولوجيا والفضاء ، والسياحة والرحلات والرياضة ، وشئون المرأة والأدب والفن : الكتاب والمسرح والفيلم السينمائى والحفلات الموسيقية .. الخ . وكذلك الدعاية والإعلان .

وإذا كانت الصحيفة تعتمد على الكلمة والصورة المطبوعتين ، فإن الراديو يعتمد على الكلمة والصوت المسموعين . وقد أدى اختلاف أداة التوصيل إلى فروق نوعية فى العمل الصحفى برغم أن الهدف الاستراتيجى بالنسبة للصحيفة والراديو واحد . فمثلاً فى مجال الصوت يستطيع الراديو أن ينقل الأصوات الحية والحفلات الموسيقية والأغانى فى حين لا تملك الصحيفة سوى تسجيل الكلمات والتصريحات والخطب والبيانات والندوات على الورق ، والحديث عن الحفلات الموسيقية والأغانى وتحليلها دون أن يكون القارىء قد استمع إليها

بالضرورة . كذلك فإن الراديو قادر على التوغل فى المناطق والبلاد التى تنتشر فيها الأمية أو تنعدم فيها هواية القراءة أو لا تصل إليها الصحف . وقد أدركت المحطات العالمية مدى التأثير الذى يمكن أن يمارسه الراديو على مختلف أنحاء العالم ، فأنشأت الإذاعات الموجهة إلى مناطق عديدة بلغاتها المحلية ، كما أنشأت الأقسام التى تبث إذاعتها باللغات العالمية المنتشرة كالإنجليزية والفرنسية والأسبانية والألمانية .

والاستماع إلى الراديو لا يحتاج إلى التركيز المطلوب عند قراءة الصحيفة ، خاصة إذا كان المستمع يؤدى عملاً لا يحتاج إلى تركيز فكرى شديد ، وتأتى الأعمال اليدوية أو الميكانيكية أو الكهربية لتشكل مناخًا مناسبًا للاستماع إلى الراديو طوال اليوم مثلما يفعل الحرفيون فى ورشهم ومقار أعمالهم الخاصة . وكذلك سائقو السيارات ، فإنهم يأنسون للراديو خاصة فى المسافات الطويلة التى يمكن أن تصيبهم بالملل أو الشرود . ولذلك فإن شعبية الراديو بين الطبقات العاملة تكتسح عادة فى طريقها شعبية الصحيفة لدرجة أن بعض خبراء الإعلام يؤكد وجود علاقة عكسية بين المستوى الثقافى والاقتصادى للجماعة واعتمادها على الراديو كمصدر للأخبار والمعرفة والترفيه ، فكلما انخفض مستوى الفرد من الناحية الثقافية والاقتصادية ، زاد استخدامه للراديو فى أية ساعة من ساعات النهار أو الليل . ونظرًا لأن الراديو وسيلة رخيصة للمعرفة والتسلية وفى متناول اليد ، فإنه لا يلقى نفس الشعبية عند الطبقات المثقفة والغنية التى تستطيع الاعتماد على وسائل أخرى تجد فيها متعة أكثر مثل الصحيفة والمجلة وأخيرًا شبكات الاتصال الدولى عن طريق الكومبيوتر المنزلى مثل شبكة «الإنترنت» .

من هنا كانت برامج الراديو بصفة عامة تعد على أساس ملاءمة ذوق رجل الشارع ، دون التفات كبير إلى أذواق الصفوة أو النخبة التى لا تتحمس كثيرًا

لبرامج الراديو التى لا تجد فيها إضافة كبيرة إلى ما تعرفه . ومن المعروف أنه كلما انخفض المستوى الثقافى للفرد ، قل استماعه إلى البرامج الإذاعية ذات المستوى الرفيع مثل الموسيقى الكلاسيكية والأوبرا والأحاديث السياسية والندوات التى تناقش الشئون القومية والهموم الحضارية والقضايا الثقافية بل والنشرات الإخبارية ... إلخ . ولذلك يعد الراديو أداة هامة للتنوير والتثقيف بين القطاعات العريضة من الجماهير ، أكثر منه بين الصفوة أو النخبة . ولا شك فإنه على مستوى الكم ، يمتلك الراديو تأثيرًا عظيمًا وعميقًا على الناس الذى يكونون الجزء الأكبر من الرأى العام . ولا يزال أفضل وسيلة للاتصال بالجماهير ، خاصة فى الريف وبين العمال والحرفيين فى المدن لأن تأثيره مستمر طوال الليل والنهار ، ويلح على الآذان فى كل مكان . وكلما ازداد استخدام الراديو ، زادت قدرته على صياغة الوجدان الشعبى والرأى العام . وإذا كانت الصحافة أكثر قدرة على خلق الأفكار الجديدة وابتكارها من الراديو ، فإنه أعمق تأثيرًا فى تثبيت الفكرة الجديدة بين القطاعات العريضة من الجماهير . أما إذا اتجه الراديو إلى إذاعة البرامج التافهة ، والأفكار السطحية الخفيفة ، والتسلية الفجة ، فإنه يضعف من رغبة الجماهير فى الإقبال على الأفكار الجادة التى تسعى لإعادة صياغة منهجها الفكرى والسلوكى فى الحياة .

وقد اعتاد الناس الاستماع إلى الراديو من قبيل الترفيه والتسلية لما تحتويه البرامج من أغان وموسيقى وتمثيليات وقصص وفكاهات ... إلخ . ومن خلال هذه الجاذبية المغرية لقطاعات عريضة من الجماهير ، برز التوجه العام نحو استغلال البرامج أيضًا فى التعليم والتثقيف والتنوير بل والإرشاد والدعاية ، بحيث لم تعد هناك برامج للتسلية وأخرى للتثقيف ، بل تم المزج بينها بهدف الاستفادة بطاقات وإمكانات كل منها فى آن واحد . فلم تعد الحدود واضحة وفاصلة بين الترفيه

والتعليم ، بين التغطية الخبرية والتوجهات الدعائية . والراديو فى كل مجالات الدعاية أكثر انتشارًا وأعمق تأثيرًا من الصحيفة لأنه يستطيع أن يصل إلى عدد ضخم من المستمعين وفى آن واحد ، ويمكن أن يكرر رسالته الدعائية من حين لآخر بحيث تضاعف عدد المستجيبين لها فى كل مرة .

وهناك ميزة أخرى للراديو لا تتوافر للصحيفة . فهو سباق دائمًا إلى إذاعة الأخبار الخطيرة والحساسة ، فإذا كانت هناك أزمة داخلية أو أزمة دولية حرجة ، فإن الآذان تتجه فى كل مكان إلى الراديو لمعرفة آخر تطوراتها . وينطبق هذا أيضًا على المترفين والمثقفين ثقافة عالية ، الذين لا يكترثون عادة للاستماع إلى برامج الراديو لأنها لا تضيف كثيرًا إلى مخزونهم الثقافى والمعرفى ، بحكم أنها برامج معدة لتلائم ذوق رجل الشارع وإمداده بالمعلومات بصفة عامة . ومن هنا كان الراديو منافسًا خطيرًا للصحيفة سواءً فى مجال الإعلام أم الدعاية أم الإعلان ، خاصة فى زمن الحروب والكوارث والأزمات التى يمكن أن يذيع تطوراتها ومراحلها لحظة بلحظة ، مما قضى على الدور الفعال الذى قامت به ملاحق الصحف قبل ظهوره وانتشاره . وهذا بالإضافة إلى الصور الحية المثيرة التى ينقلها الراديو من مواقع الأحداث ، والطابع الدرامى الجذاب فى عرض الأخبار والآراء والتعليقات والأحاديث . ولا شك أن لشخصية المتكلم أهمية كبيرة من حيث التأثير فى عقل المستمع ووجدانه . فخطابات الزعماء والقادة ورؤساء الدول والحكومات وبياناتهم تجذب إليها المستمعين جميعًا من شتى المستويات والاتجاهات ، كما أن المذيعين والمحاورين المتمكنين يمثلون نجومًا إعلامية قادرة على جذب جمهور كبير من المستمعين من شتى أنحاء العالم بعد أن أصبح هذا العالم قرية صغيرة فى ظل الشبكات الإذاعية التى تغطى الفضاء المحيط بالكرة الأرضية .

وقد أدركت دول العالم ، كبيرها وصغيرها ، هذه الحقائق الإعلامية ، عندما لمست بالفعل القدرة الفائقة للراديو على تخطى حواجز الزمان والمكان والأمية والفقر أيضًا ، وبالتالى ترسيخ مبادىء الدولة وقيمها وتوجهاتها وأهدافها الاستراتيجية ، وتطوير الشعب وتنميته عن طريق تنويره وتوسيع آفاقه ليصبح قادرًا على استيعاب متغيرات عصره التى يجب أن يؤثر فيها كما تؤثر فيه . ذلك أن الراديو هو وسيلة ممتعة ومثيرة ومؤثرة إذا ما أحسن استخدامها من خلال إتقان الكلمة المسموعة ، والموسيقى الجذابة للآذان ، والمؤثرات الصوتية المثيرة لخيال المستمع ، بحيث ترد الأفكار والآراء والمعلومات بسلاسة مشوقة لمعظم الناس . خاصة وأن المتحدث أو المذيع المتمكن يمكنه أن يوحى للمستمع بأن ما يقوله له هو بمثابة حديث شخصى حميم ، بكل ما يحمله الحديث الشخصى من قدرة على التأثير والتغيير .

وقد تتساوى الصحيفة مع الراديو فى سرعة الحصول على الأخبار أو الانتقال إلى موقع الأحداث ، ذلك أن مندوبى الصحف ومراسليها لا يقلون فى سرعتهم ومبادرتهم عن مراسلى محطات الراديو فى استقبال الأحداث والأخبار ، لكن الاختلاف يأتى فى عملية الارسال . فالراديو يمكن أن يذيع الأخبار وآخر التطورات بمجرد استقباله لها ، لكن الصحيفة تحتاج إلى وقت لجمع المادة الواردة وطبعها ثم توزيعها بوسائل النقل البرية أو الجوية ، فى حين أن الموجة القصيرة تدور حول الكرة الأرضية ثمانى مرات فى الثانية الواحدة ؛ أى بسرعة تعادل سرعة الضوء ، وبتكلفة لا يمكن مقارنتها بالتكلفة الصحفية فى ضآلتها .

ومع ذلك استطاعت الصحيفة أن تصمد فى مواجهة التحديات المتتابعة التى تمثلت فى اكتساح الراديو لكل مناطق العالم . فعلى الرغم من جاذبية الكلمة المسموعة ، وسرعة تأثيرها ، وسهولة انتشارها ، فإن الكلمة المقروءة تملك

ميزة كبيرة ، تتمثل فى إمكان الرجوع إليها على سبيل التأكد والشرح والتفسير . فالصحيفة ملك يدى صاحبها وتحت أمره فى أية لحظة ، أما المادة الإذاعية سواء فى الراديو أو التليفزيون فإنه إذا لم يتم التقاطها واستيعابها فى لحظتها ، فإنها تضيع فى الخال ولا يمكن استرجاعها أو الإمساك بتلابيبها . ولذلك فالعلاقة بين الصحيفة والراديو هى علاقة تكامل أكثر منها علاقة تنافس ، إذ يملك كل منهما إمكانات غير متاحة للآخر .

وقد استغلت الدول الكبرى - وفى مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية - إمكانات الراديو فى محاولاتها المستميتة فى صياغة ما تسميه الآن بالنظام العالمى الجديد بعد انهيار الاتحاد السوفيتى والكتلة الشرقية التابعة له . وقد ساعدها على ذلك سيطرتها على حركة الأخبار العالمية بصفتها مراكز الأخبار الرئيسية فى العالم ، التى تقوم بجمع وتوزيع الأخبار الخاصة بالدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء بحكم أنها تملك الوكالات والشبكات العالمية للأنباء ، فى حين أن الدول النامية لا تملك الوسائل ولا الإمكانات الفنية لتوصيل أخبارها من خلال النقل المتبادل للأخبار مع الدول المتقدمة التى تنقل هذه الأخبار بما يناسب أهدافها التكتيكية والاستراتيجية ، أى فى غير إطارها الحقيقى وذلك بتلوينها وإعادة صياغتها بحذف أجزاء ، واختصار أخرى ، والتراوح بين التهوين والتهويل ، والتركيز على نقاط وإهمال أخرى من خلال وجهات نظر لا تعير التفاتًا لمشكلات البلاد النامية ، بل ويمكن أن تلقى الزيت على النار لتزيدها اشتعالاً . وكثيرًا ما ساهمت وكالات وشبكات الأنباء العالمية فى تفاقم المشكلات التى تعانى منها الدول النامية من خلال تحريف التصريحات أو بتر أجزاء من البيانات أو إذاعة تقارير مغرضة لمندوبيها فى الموقع ... إلخ . فالموضوعية فى الإعلام الدولى أكذوبة كبرى ، إذ تحاول كل

دولة أن توظف أسلحة الإعلام لصالح أهدافها الخفية والظاهرة . وخاصة أنها تملك سلطة النشر أو الحجب ، فلا تنشر عن الهند مثلاً إلا الأخبار المسلية للجمهور الغربى الذى يستمتع باستعلائه على مثل هذه الشعوب ، فلا يعرف عن الهند سوى زواج الأطفال ، ونظام المنبوذين ، وتقديس الأبقار ، أما أخبار تقدم البلاد ونهضتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصناعية فيتم حجبها تمامًا ، حتى يبدو الغرب دائمًا منارة الحضارة الحديثة وسط بقاع التخلف المعروفة بالدول النامية . ولذلك لا تهتم الاحتكارات الإعلامية الدولية بالدول النامية إلا عندما تقع فيها حوادث إرهابية ، أو حروب أهلية ، أو صراعات قبلية ، أو مذابح جماعية ، أو أحداث طريفة تدل على تخلفها ويضحك لها الجمهور فى الدول المتقدمة لغرابتها .

وقد تفاقم وضع الدول النامية مع دخول الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية مجال الإرسال الإذاعى : راديو وتليفزيون . فعلى الرغم من أن هذه القنوات والشبكات قد أتاحت للدول النامية فيضًا لا يتوقف من المعلومات والمعارف والأفكار والآراء التى تضيف آفاقًا وأبعادًا جديدة إلى حياة الإنسان وخبراته ، فإن هذه الدول بخبراتها القليلة ، وإمكاناتها الضئيلة ، وقدراتها المحدودة لا تستطيع استيعاب هذا الفيض المتدفق والمتجدد بل والمتصاعد من الأخبار بحيث تفرز الأخبار الهامة من غير الهامة ، والمناسبة من غير المناسبة ، والحقيقية من المغرضة ، والواقعية من المدسوسة ، وذلك بالإضافة إلى تعرضها لطوفان من الدعايات المغرضة والضغوط السياسية والاقتصادية والعسكرية المختلفة ، وغير ذلك من العوامل والعوائق والعقبات التى تسعى للقضاء على أية بوادر للتقدم فى هذه الدول .

من هنا كانت ضرورة اليقظة التى يجب أن يتحلى بها خبراء الإعلام فى الدول النامية ، وفى مقدمتهم خبراء الراديو الذين يجب عليهم الوقوف بالمرصاد لكل التيارات المعوقة لفهم الجماهير للأخبار والمعلومات على حقيقتها . ولعل الاعتماد على أصول العمل الصحفى المسموع وترسيخها ، يكون بمثابة البوصلة التى تهديهم سواء السبيل . ذلك أن الوظيفة الإخبارية الحقيقية تتحقق عن طريق نقل الأخبار بمجرد استقبالها وبوضوح وصراحة ودقة وموضوعية ، مع ذكر مصادر هذه الأخبار وتصفيتها من الشوائب المغرضة والتوجهات المدسوسة من خلال معايير المصداقية والموضوعية واحترام عقل المستمع ومشاعره . والمبدأ الذى يقول بأن الرأى حر فى حين أن الخبر مقدس فى موضوعيته ومصداقيته ، مبدأ جوهرى لا يمكن تحريفه لأنه السياج الذى يحمى الاهتمامات والاحتياجات والتوجهات الأساسية للجماهير .

الفصل الثانى
التغطية الإخبارية والتحليلية

التغطية الإخبارية والتحليلية ليست مقصورة على نشرة الأخبار التى يذيعها الراديو والتعليق عليها ، بل هى تمتد لتشمل كل المواد الإذاعية التى تقدم مثل الاقتصاد والصناعة والزراعة والتجارة والتكنولوجيا والطب والعلوم والفضاء والسياحة والرحلات والرياضة والمرأة والنقد والأدب والموسيقى والمسرح والسينما ... إلخ ، مثلها فى ذلك مثل التغطية الصحفية المقروءة ، أي أن الفرق الأساسى بين الراديو والصحيفة ، يكاد ينحصر فى الفرق بين الاستماع والقراءة ، أما المواد الصحفية والإذاعية فتكاد تكون واحدة . فهى تقدم المضامين الخبرية ثم تقوم بالتعليق عليها وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها وشرحها للمتلقى ، قارئًا كان أم مستمعًا ، حتى يدرك الأسباب التى أدت إليها والنتائج التى ترتبت أو يتوقع أن تترتب عليها .

وتعتبر نشرة الأخبار بمثابة رأس الحربة أو البصمة البارزة التى تعرف بها شخصية المحطة . وفى كثير من الأحيان تعد المعيار الذى يمكن أن يقاس به أداء المحطة بصفة عامة . ذلك أن البرامج الإذاعية الأخرى التى لا تتوسل بالدراما والإبداع الخيالى ، هى فى حقيقتها نشرة إخبارية وتحليلية وتفسيرية وإن كانت موجهة إلى فئة معينة من المختصين أو المهتمين بأحد جوانب الحياة المعرفية والعملية . فكل هذه البرامج تهدف إلى تحقيق جوهر العملية الإذاعية التى تتمثل فى الإخبار ، والتثقيف ، والتفسير ، والتوجيه ، والترفيه .

وتأتى الأخبار فى مقدمة هذه الأهداف الاستراتيجية ، لأن الإنسان هو حيوان اجتماعى بطبيعته ، ولا يستطيع أن يعيش فى عزلة عن أقرانه من بنى البشر . فإذا لم يكن قادرًا على الاتصال بهم جميعًا فليس أقل من أن يعرف أخبارهم وأحوالهم ليدرك أبعاد العالم الذى يعيش فيه والذى يؤثر فى مصيره بالضرورة . ولذلك يعمل الراديو على تزويد المستمعين بالأخبار المحلية والعالمية التى تهمهم وتهم بلادهم ، وبالتالى فإن وعيهم بعالمهم يتسع ويتعمق ويتسلح بالرؤية الموضوعية التى تساعدهم على تحديد خطواتهم فى مسيرة حياتهم الخاصة . فلم تعد هناك حواجز بين الحياة العامة والحياة الخاصة للأفراد.

وقد أثبتت الدراسات السيكلوجية فى مجال الإعلام أن الإنسان المعاصر أصبح فى أشد الحاجة لمعرفة أحوال المجتمع أو العالم الذى يعيش فيه ، حتى يهرب من إحساسه المحض بالوحدة والعزلة وعدم الطمأنينة وغير ذلك من المشاعر المقلقة والسلبية التى تفرضها عليه الحياة الحديثة بإيقاعها اللاهث . ولذلك فإن الاستماع إلى نشرات الأخبار ، حتى لو كانت زاخرة بالكوارث والمآسى والمحن ، يشعره بعلاقة إنسانية مع بنى جنسه ، كما أن متابعته للتعليق على هذه الأخبار وتحليلها ، يوسع من مداركه ، ويضع يده على التيارات المسيطرة على عصره .

ونظرًا لأهمية نشرة الأخبار ، سواء فى الراديو أو فى التليفزيون ، فقد أصبحت مجالاً لدراسات عديدة تحاول تلمس مدى تأثيراتها الإيجابية أو السلبية على المستمع أو المشاهد . ففى دراسة أجراها فريق من الباحثين فى جامعة «ساسكس» البريطانية ، وأعلنت نتائجها فى مارس ١٩٩٧، تأكدت ضرورة التوازن فى نشرات الأخبار بين الأنباء السيئة والأنباء الخفيفة والطريفة . ولذلك يتحتم على المشرفين على نشرات الأخبار ومحرريها أن يحافظوا على حالة المستمعين والمشاهدين النفسية والعقلية من التأثير الضار للأحداث والأخبار المأساوية

والكوارث التى يمكن أن تصيبهم باكتئاب هم فى غنى عنه ، خاصة أن الحياة المعاصرة زاخرة بمصادر وأسباب لا تحصى للاكتئاب . فقد كشفت الدراسة عن أن الأخبار السلبية تتسبب فى إصابة المستمعين والمشاهدين بالاكتئاب والإحباط والقلق والهزات النفسية ، لإحساسهم باحتمال تعرضهم لمثل هذه الحوادث المؤلمة ، وبأن العالم أصبح مكانًا مرعبًا وغير آمن للعيش فيه .

وأشار جراهام ديفى - رئيس فريق الباحثين - إلى أن تضمين نشرات الأخبار حدثًا طريفًا ، ليس أمرًا سيئًا أو معيبًا ، بل هو ضرورى لإيجاد نوع من التوازن مع الحروب والكوارث التى تستحوذ على أولويات اهتمام محررى النشرات الإخبارية . وأوضح أن إذاعة الأخبار الطريفة بشكل مختصر أو مبتسر يقلل من فرص تأثيرها الإيجابى على المستمعين والمشاهدين ، ولذلك ينبغى على الإعلاميين بصفة عامة ، ومحررى النشرات بصفة خاصة ، أن يضعوا فى اعتبارهم التأثير النفسى والانفعالى السلبى الذى تتركه إذاعة الأخبار السيئة والأحداث المأساوية فى نفوس المستمعين والمشاهدين . لكن الأمر كله أثار جدلاً واسع النطاق بين الإعلاميين البريطانيين الذين رفض بعضهم توسيع مساحة إذاعة الأخبار الخفيفة والطريفة على أساس أن ذلك سيهبط بنشرات الأخبار إلى مستويات سطحية وتافهة ومبتذلة .

وبصرف النظر عن هذا الجدل ونتيجته ، فإنه يدل على الأهمية البالغة التى يوليها الدارسون والباحثون لنشرات الأخبار . فإذا كانت الصحيفة قد أعطت الجماهير القراءة والتثقيف من خلال موضوعاتها الخبرية ومقالاتها التحليلية ، فإن الراديو قد خدم الملايين فى مجال الإخبار الفورى واللحظى ، لدرجة أن بعض الشبكات الفضائية فى أمريكا وأوروبا قد أقامت محطات إذاعية تابعة لها لإذاعة الأخبار والإعلانات فقط ، فى حين أن معظم الإذاعات على استعداد لقطع

برامجها فى أية لحظة يرد فيها أى خبر مهم لإذاعته . كما تأخذ بعض محطات الراديو والتليفزيون بنظام الموجز المنتظم الذى تقدمه كل ساعة بالإضافة إلى نشراتها الإخبارية العادية .

وبصرف النظر عما إذا كانت المحطة تابعة رسميًا للدولة أو مستقلة اقتصاديًا عنها ، فإن الفرق بينهما ليس كبيرًا كما قد يبدو لأول وهلة ، إذ لا يعقل أن تتعارض المحطة فى توجهاتها الفكرية والسياسية مع الدولة التى تبث إذاعتها من أرضها . بل إن مراسلى أية محطة ، تابعة للدولة أو مستقلة عنها ، يحرصون دائمًا على أن يكونوا على صلات وثيقة بل وحميمة بالمسئولين فى السلطة بصفتهم مصادر الأنباء الوثيقة التى لا يمكن الاستغناء عنها . وإذا كانت فى مجال الصحافة صحف حزبية تهاجم الحكومة والسلطة بحكم تبعيتها لأحزاب المعارضة أو حكومات الظل ، فإنه ليس من السهل أن توجد إذاعات تتمتع بهذا الحق الذى يخول لها التناقض التام مع السلطة وشجبها .

وبرغم الاختلافات المتعددة بين الإذاعات ، فإنها تحرص جميعًا على خدمات الإخبار والتثقيف والتفسير والتوجيه والترفيه بصفتها عناصر الجذب الرئيسية للمستمع . فقد أصبح الراديو من أهم مصادر التثقيف المتاحة لكل الجماهير ، نظرًا للتأثير العميق والواسع الذى يمارسه فى حياة الناس وأفكارهم وسلوكهم بصفة عامة . وهو تأثير يزداد عمقًا واتساعاً كلما قل حظ البيئة من الثقافة والتعليم . ومن هنا كانت برامج الراديو المختلفة ، سجلاً نابضًا بالحياة ، وبلورة لثقافة الأمة ، ومرآة لهويتها الثقافية والاجتماعية . وعندما تريد دولة أن تجرى تحليلاً للتيارات والتوجهات التى تحكم دولة أخرى حتى تعرف مفاتيحها وكيفية التعامل معها بطريقة أو بأخرى ، فإنها تدرس مضمون ما تقدمه إذاعتها من مواد ثقافية وفكرية واجتماعية ، تعبر عن قيمها ومبادئها وعاداتها وتقاليدها . فالثقافة فى النهاية هى جماع كل هذه العناصر ومحصلتها ذات الدلالات المتعددة .

ومعظم برامج الراديو هى برامج تثقيفية فى حقيقتها ، فهى تبث بمختلف الطرق والأساليب المعلومات والمعارف والأفكار والآراء والقيم والمضامين والموضوعات التى تسعى بدأب التثقيف أفراد المجتمع وتوعيتهم بظروف عصرهم وآفاقه الجديدة ، سواء من خلال برامجها التى تعالج الواقع المعاش بكل ما يصدر عنه من أخبار وبكل ما يثيره من تعليق وتفسير وتوجيه وحوار وندوة وبرامج تسجيلية ، أو من برامجها الإبداعية التى توظف الخيال فى إعادة صياغة الواقع مثل القصة والتمثيلية والمسرحية وغير ذلك مما يقع تحت بند البرامج الدرامية . وكل هذه البرامج من شأنها تعميق وعى الجماهير وتنويرها بحيث تتمكن من خوض مجالات التفكير والحديث والمشاركة والمناقشة فى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية . ولذلك يعتبر الراديو أحد الوسائل والأدوات والقنوات الضرورية لإتاحة الجو الحضارى الذى يمهد للتطور والتقدم والنهضة والإنطلاق إلى آفاق المستقبل .

ويعد عنصر التفسير مكملاً لعناصر الإخبار والتثقيف والتوجيه . فقد أدى الإيقاع اللاهث للحياة الحديثة ، والتطور السريع لضروب المعلومات والمعارف فى شتى المجالات إلى تعقيد المجتمع وعجز بعض أو معظم أفراده عن فهم بعض الظواهر فى بعض الأحيان . كذلك لم يعد الفرد فى المجتمع المعاصر يملك الوقت أو الجهد أو المال أو العلم كى يدرك ويستوعب الدلالات الدقيقة والمتشعبة للمعارف العديدة البعيدة تمامًا عن تجاربه المباشرة . من هنا أصبح من الضرورى سد الفجوة العميقة والواسعة بين الإنسان العادى ومجريات الأمور فى عالمه المعاصر ، وذلك عن طريق التفسير والتحليل والشرح والتعليم . فالقضية لا تنحصر فى مجرد توصيل الأخبار إلى المستمع على اختلاف أنواعها ، بل تمتد لتشمل ادراك معانيها ودلالاتها وأبعادها الظاهرة والخفية ، والخلفيات التى أدت إليها ، والتداعيات التى يمكن أن تترتب عليها .

هنا يبرز دور المحرر الإذاعى المتمرس والمتمكن من أصول عمله الإعلامى . ولا شك أن مهمته أصعب وأشمل من مهمة المحرر الصحفى الذى يكتب لقراء يملكون الوقت للاستيعاب والفهم لوجود الصحيفة تحت أمرهم فى أى وقت . كما أن قدرتهم على ممارسة القراءة هى فى حد ذاتها دليل على نوعية مستواهم المعرفى والفكرى والتعليمى . أما المحرر الإذاعى فيكتب لجمهور لا يمكن حصر مستوياته المعرفية التى ربما وصلت فى بعضها إلى حد الأمية ، ولابد أن يضع المحرر كل هذه الاعتبارات فى حسبانه بحيث لا يهبط إلى المستوى السطحى الفج الذى يرفضه المستمع المثقف ولا ترتفع إلى المستوى الأكاديمى المتخصص الذى لا يحتمله المستمع العادى بصفة عامة والمستمع الأمى بصفة خاصة . فقد أصبحت الأنباء والأفكار والآراء من التضارب والتناقض بحيث أدت إلى بلبلة أفكار المستمعين العاجزين عن التفرقة بين النبأ الصادق الموضوعى والنبأ المغرض المدسوس المتلون . ولذلك يقوم المحرر الإذاعى بهذه المهمة عندما يخلص الأحداث من التضارب الذى يحيط صورتها باللبس والغموض والتعقيد ، كما يساعد المستمع على استيعاب المعلومات الواردة وفهمها من خلال تبسيطها وتفسيرها بأسلوب سلس خال من التفاصيل العلمية المعقدة ، وبلغة سهلة ميسرة تدفع الجماهير إلى المشاركة فى مناقشتها وإبداء آرائها بشأنها . فالتفسير لا يهدف إلى الإعلام والفهم فحسب بل يسعى كذلك إلى دفع المستمع إلى التفكير النابع من اقتناعه الشخصى بحيث يستوعب ظروف عصره من خلال منظور يجمع بين الأصالة والمعاصرة .

ولا تنفصل وظيفة المحرر الإذاعى عن المندوب الإخبارى الذى ترسله المحطة إلى موقع الأحداث . فالمندوب ينقل الأخبار بطريقة مباشرة لتذاع بصوته ، وأحياناً تحتاج الرسالة إلى إعادة صياغة يقوم بها المحرر ، خاصة إذا لم

يكن المندوب متدربًا على عمل المذيع أو إذا لم تكن المساحة الزمنية المتاحة لرسالته الإذاعية تسمح بتحليل واف للمادة الخبرية ، لكن المندوب الإخبارى فى معظم الأحيان يقوم بعمل المحرر والمذيع فى الوقت نفسه ، فهو يمزج بين المعرفة العلمية والمعالجة الإذاعية ، واضعًا فى اعتباره تمكن المستمع من أن يستوعب كل ما يقوله بسهولة ، إذ أنه لا يملك الميزة التى يتمتع بها قارىء الصحيفة الذى يمكنه الرجوع إليها وقتما يشاء . فالمستمع الذى تفوته معلومة أو فكرة نتيجة تسرع المذيع وعدم وضوح نبراته لن يستطيع أن يراجعه فى هذا . وقد تؤدى هذه الثغرة إلى عجز المستمع عن فهم الرسالة الإذاعية ككل .

ولابد أن يضع المحرر أو المندوب الإذاعى فى اعتباره أن المستمع فى هذا العصر اللاهث والمجتمع المعقد المتشابك قد أجبر على العيش فى حيز صغير من المكان بحيث لم يعد يتحرك إلا فى دائرة محدودة وضيقة ، واقتصرت علاقاته على عدد قليل من الناس بحكم القرابة الأسرية أو الجيرة المكانية أو الزمالة فى العمل . بل إن العلاقات مع أسرته وجيرانه تقلصت أو انعدمت نتيجة لضيق الوقت أو صعوبة التواصل ، ولذلك يكاد كل إنسان فى هذا العصر يعيش فى جزيرة منفصلة عن جزر الآخرين وسط محيط متلاطم الأمواج والأعاصير التى لا تهدأ . وقد أدت هذه العزلة الإجبارية التى اعتادها بحكم طبيعة العصر إلى إدراكه الأحداث والمواقف من بعض زواياها دون أن يلم بالزوايا الأخرى ، أى أن صورتها فى ذهنه تظل مبتورة وناقصة بل وفاقدة المعنى إذا لم يساعده الراديو على استكمالها ، وبالتالى يمكنه المشاركة بالرأى فى المشكلات والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية التى تغطى مساحات أكبر وأوسع بكثير من المساحة المحدودة والضيقة التى يشغلها سواء على المستوى المكانى أو الزمنى . وبذلك يعمل الراديو على توسيع حدود ملاحظته الشخصية المحدودة

والقاصرة عن طريق إمداده بالمعلومات والأخبار والأفكار والآراء والرؤى والأخيلة والنماذج والأنماط والأطر التى تمنهج تفكيره .

أما عنصر التوجيه فى العمل الإذاعى ، فمهما قيل عن حرية البرامج والتوجهات الإذاعية فى الدول الديمقراطية والمتقدمة ، فإنه يشكل هدفًا فكريًا وثقافيًا لا يمكن تجاهله أو إهماله بحجة إتاحة الفرصة لممارسة الرأى الحر والفكر الديمقراطى . وخاصة وأن التوجيه هنا لا يعنى الإرشاد المباشر ، أو التعليمات الصادرة لتطبيقها بدون مناقشة ، أو الخطب المنبرية التى تفترض الجهل أو الغباء فى المستمع ، أو الأحاديث البلاغية التى تضرب على الأوتار الانفعالية العابرة داخله والتى لا تفرق بين البلاغة والمبالغة ، بل يعنى توصيل الرأى الموضوعى القائم على الدليل والبرهان والواقع والحقيقة والبيانات والأرقام التى ترد بأسلوب سهل وسلس ، يسهل استيعابه وتذكره ، لأنه يملك المصداقية والقدرة على الاقناع والتأثير ، خاصة عندما يشعر المستمع أن المحرر أو المذيع يحترم عقله ولا يحاول التلاعب به ، فى حين أن الألفاظ الضخمة والتعبيرات الرنانة والشعارات الطنانة ذات تأثير عابر ومؤقت فى المستمع ، هذا إذا أثرت فيه على الإطلاق .

وتزداد أهمية التوجيه فى المجتمعات المتخلفة الشهيرة بالنامية ، التى تنتشر فيها الأمية ، ويتفشى الجهل فى قطاعات عديدة ، مما يحتم الأخذ بيدها لتنويرها وتسليحها بالوعى الذى يرشدها إلى واجباتها الملقاة على عاتقها ، وحقوقها التى يتحتم عليها التمسك بها والدفاع عنها . هذا إذا كانت السياسة الإعلامية ديمقراطية فى جوهرها ، أما إذا كانت شمولية وفاشية فهى تركز على الواجبات وتغض الطرف عن الحقوق فى أحيان كثيرة . وفى الدول النامية يعبر الراديو مباشرة عن وجهة نظر الحكومة التى تمتلكه كأحد مرافقها العامة ، فلا يعرض أو يحلل أو يناقش أى موضوع أو قضية إلا فى إطار السياسة التى تتبناها

الحكومة ، سواء أكانت سياسة معلنة أم مستترة ، وغالبًا ما يكون كبار المعلقين السياسيين والخبراء الإعلاميين والشخصيات البارزة التى تتحدث أو تتحاور ، من رجال النظام السياسى نفسه ، وغالبًا ما يعملون على توجيه الأخبار وجهة مسايرة لمنهج النظام ، مما يؤدى إلى حرمان الجمهور من استيعاب الأوضاع والحقائق والوقائع بأسلوب موضوعى ، وبالتالى يعجز عن تكوين رأى أو اتخاذ موقف واع تجاه القضايا والمشكلات المطروحة .

أما التوجيه الإذاعى فى الدول المتقدمة والديمقراطية ، فيحرص على إبراز الرأى والرأى الآخر ثم التفاعل بينهما ، الذى يمكن أن يؤدى إلى رأى ثالث أو رابع وهكذا ، وذلك دون حساسيات أو توترات أو خصومات . فالدول الديمقراطية تسبق الدول العربية فى تطبيق المبدأ العربى الحضارى الذى يقول بأن الاختلاف فى الرأى لا يفسد للود قضية . لكن هذا لا يعنى أن الرسالة الإذاعية التى ينقلها الراديو ، تلتزم الحياد السلبى ولا تسعى إلى أى نوع من التوجيه ، لأن هذا من شأنه أن يفقد المحطة شخصيتها المتميزة الملتزمة باستراتيجية إنسانية وثقافية وفكرية خاصة بها ، وليست بالضرورة أن تكون مفروضة عليها من السلطة ، بل غالبًا ما تكون من ابتكارها كمنهج تعمل فى إطاره ولا يتنافى مع موضوعية الحقائق والوقائع التى تبثها . أما إذا افتقرت هذه المحطة إلى هذا المنهج أو هذا التوجه الذى رسخته بناء على ممارساتها الإعلامية الطويلة والمتعددة ، فإنها مع تقلبات الأحداث المتتابعة واللاهثة يمكن أن تصبح ريشة فى مهب الرياح . أى أن التوجه أو التوجيه هنا يلعب دور الدفة أو البوصلة التى تساعد المحطة على ألا تحيد عن أهدافها الاستراتيجية ذات المدى الحضارى والإنسانى البعيد . وهذا لا ينتقص أبدًا من ممارستها الديمقراطية فى مجالات ابداء الرأى الموضوعى والحر . فالتوجيه ليس عيبًا أو نقيصة طالما أنه

ينأى عن الغرض المتعسف أو الاستهانة بعقول الجماهير والتلاعب بها ، بل يعتبر ميزة إذا تسلح بأدوات التثقيف والتنوير والتوعية لأنه من الطبيعى أن يقوم من يعرف بتوجيه من لا يعرف .

ولا يقتصر التوجيه على مجالات السياسة وحدها ، بل يمتد ليشمل جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية والحضارية والأدبية والفنية . وهذا ما تعبر عنه برامج الراديو المتعددة التى تغطى هذه المجالات خبريًا وتحليليًا وتنويريًا . فما يفعله الناقد الأدبى أو الفنى فى البرامج التى يقدمها ويحلل فيها الأعمال الأدبية أو الفنية التى يثير بها اهتمام المستمع ، هو نوع من التوجيه النقدى والجمالى الذى يرتقى بذوق المستمع ويجعله أكثر قدرة على تقويم ما يقدم على الساحة الأدبية والفنية ، والتفرقة بين الغث والثمين ، بين السطحى والعميق ، بين المزيف والأصيل . فالبرامج الثقافية هى توجيه ثقافى وفكرى وحضارى فى المقام الأول . فهى تعرض للكتب والدراسات والأعمال الشعرية والمسرحية والقصصية والموسيقية والفولكلورية بهدف تعريف المستمع بالحياة الثقافية التى لا يستطيع بمفرده أن يلم بأبعادها . وهذا التعريف يحمل فى طياته التوجيه والتحليل والتثقيف والتنوير . بل إن الراديو يملك فى المجال الموسيقى إمكانات غير متاحة للصحيفة ، فالمستمع يستطيع أن ينصت إلى العمل الموسيقى الذى يمكن أن يعقبه تحليل مبسط من ناقد مختص ، أما قارىء الصحيفة فيقرأ التحليل دون الاستماع إلى العمل مما يجعل معرفته به ناقصة إذا لم يستمع إليه بطريقته الخاصة .

ويتجلى عنصر التوجيه فى البرامج الرياضية والطبية والزراعية والتكنولوجية والصناعية بصفة خاصة والبرامج التعليمية بصفة عامة . كذلك فإن برامج الأطفال تأتى فى مقدمة برامج التوجيه حتى لو تخفت وراء أقنعة التمثيليات وأفلام الرسوم

المتحركة وحفلات السمر وغير ذلك من وسائل التسلية الممتعة للأطفال التى تنطوى فى الوقت نفسه على التوجيه التربوى والنفسى والاجتماعى . بل إن الراديو يقوم أحيانًا بدور الموجه المباشر للجماهير عندما يساهم مثلاً فى حل أزمة المرور داخل المدن بتوجيه قادة السيارات إلى الطرق البعيدة عن مناطق الزحام التى يؤدى الدخول فيها إلى إعاقتهم عن بلوغ المواقع التى يهدفون إليها فى الوقت المناسب . وفى زمن الكوارث كالزلازل والفيضانات يقوم الراديو بتوجيه المنكوبين إلى أفضل الطرق وأقصرها للخروج بأسرع ما يمكن من المناطق المنكوبة . مما يدل على أن التوجيه مهمة حيوية وضرورية لابد أن ينهض بها الراديو ، سواء أكانت بطريقة مباشرة أم غير ذلك .

أما عنصر الترفيه فى وظيفة الراديو فيلعب دورًا ضروريًا فى جذب أكبر نسبة من المستمعين إليه . ومع ازدياد تعقد الحياة وإيقاعها اللاهث وصراعاتها وأزماتها وحروبها التى لا تتوقف ، ازدادت الحاجة إلى عنصر الترفيه والطرافة على سبيل التخفيف من حدة وطأتها ، لدرجة أن كثيرًا من محطات الراديو لجأت إلى بعض الأخبار الخفيفة والطريفة لبثها فى نشراتها الإخبارية وسط أنباء الأزمات والكوارث الطبيعية والحروب القبلية والأهلية والثأرية ، وإن كان هذا الاتجاه مرفوضًا من محطات أخرى على أساس أنه يهبط بمستوى النشرة ويصيبها بالتفاهة والابتذال والسفه ، إذ ينبغى على نشرة الأخبار ألا تتنازل عن وقارها أبدًا ، أما البرامج الإذاعية الأخرى فلها أن تستخدم ما شاءت من وسائل الترفيه . لكن يبدو أن الاتجاه الإذاعى الذى يرى فى الترفيه هدفًا أساسيًا من أهداف وسائل الإعلام بصفة عامة ، والراديو والتليفزيون بصفة خاصة ، هذا الاتجاه آخذ فى الانتشار على أساس أن الجدية لا يمكن أن تعنى الصرامة والكآبة . والدليل على ذلك أن الأساليب الدرامية والقصصية الجذابة قد أثرت على الجوانب الإعلامية

والإخبارية نفسها لدرجة أن الأحداث السياسية أصبحت تقدم بطريقة درامية ، وتطورت أساليب التحرير الإذاعى لتروى أحداث السياسة والحرب والفضاء والتطور العلمى ... إلخ بأسلوب إنسانى دافىء يتوسل بأدوات الفنون الأدبية والقصصية . ويأتى الجانب الشخصى لحياة الزعماء والقادة فى مقدمة المواد الإعلامية والإذاعية التى تجعلهم أقرب إلى قلوب الجماهير من الجانب السياسى العام الذى لا يكاد يفرق بين قائد وآخر . وهناك من يؤكد أن السياسة فى حقيقتها مسرح ، فيه المؤلف ، والمخرج ، والممثلون ، ومهندسو المناظر ، ومصممو الملابس والمكياج ، وأيضًا المتفرجون الذين لابد أن ينفضوا عن العرض المسرحى إذا كان مملاً أو مثيرًا للاكتئاب . فإذا كان القادة السياسيون يحرصون على أن تكون عروضهم جذابة بقدر الإمكان ، فمن باب أولى ، يجب على الإعلاميين والصحفيين والإذاعيين فى الراديو أو التليفزيون أن يحرصوا على هذه الجاذبية فى المقالات التى يحررونها أو البرامج التى يقدمونها . فليس هناك ما يجبر قارئا أو مستمعا أو مشاهدا أن يتابع مادة إعلامية مملة أو ثقيلة الظل ، خاصة تلك التى تشعره أنه مجرد تلميذ بليد أو غبى ، عليه أن يبذل أقصى ما فى وسعه لكى يفهم ويستوعب ما يقرأه أو يسمعه أو يشاهده .

لكن للترفيه حدودًا لا يمكن تجاوزها ، وإلا وقعت المحطة فى هوة الابتذال والإسفاف والتفاهة ، مما يفقدها مصداقيتها لدى مستمعيها الذين لابد أنهم يتابعون محطات أخرى ويستطيعون من خلال المقارنة أن يحكموا لها أو عليها . لكن الأخطر من هذا أن تعتاد بعض قطاعات الجمهور هذا الابتذال والإسفاف والتفاهة ، فيظنون أنه النموذج الجذاب للإذاعة الناجحة ذات الشعبية الجارفة . وهذه التربية الإعلامية الفاسدة كفيلة بالهبوط بمستوى الوعى والتفكير والسلوك عند جمهور المتلقين . فالرقى الإعلامى والفكرى والثقافى والتربوى لا يتعارض

أبدًا مع الترفيه السامى الذى يثير خيال المستمع ، ويوسع من مداركه ، ويسلحه بالنظرة الثاقبة الواعية بظروف مجتمعه وعصره . وهنا يأتى دور التربية بالفن بكل أنواعه : الموسيقى الراقية الأصيلة ، قديمها وحديثها ، والأغانى التى ترهف المشاعر والأحاسيس ، والتمثيليات الدرامية التى تجمع بين التراجيديا المثيرة للشجن ، والكوميديا الدافعة إلى الابتسام والضحك ، وبرامج المنوعات التى تتضمن وسائل التسلية التى تنأى عن التفاهة والسفه والسخف ، وغير ذلك من البرامج التى تمد المستمع بالمعارف والمعلومات والأخبار والآراء ، ولا تنسى فى الوقت نفسه أن تشحنه بالتفاؤل والبشر والقدرة المتجددة على مواجهة تحديات الحياة ومتاعبها .

ونظرًا لأن جمهور الراديو ، جمهور عريض ، ومتعدد القطاعات والفئات ، ومتباين الذوق والثقافة والقدرة على الاستيعاب والفهم ، فإن مهمة الترفيه تبدو صعبة ومعقدة ومتشعبة الاتجاهات . لكن ما يخفف من هذه الصعوبة ، أن ساعات الإرسال يمكن أن تغطى الليل والنهار مما يشكل مساحة زمنية تتسع لمختلف البرامج التى ترضى معظم الأذواق ، وتشبع أغلب الاهتمامات . فهناك البرنامج الذى يوجه لعاشقى الموسيقى الكلاسيكية والأوبرا ، والبرنامج الذى يخاطب البسطاء بالأغانى الفولكلورية والمأثورات الشعبية . وهناك أيضًا البرنامج الفكاهى الذى يسخر من سلبيات الحياة اليومية وسلوكياتها فى الشوارع ، والمصالح والإدارات الحكومية ، واللقاءات العامة الجماهيرية ، والعادات والتقاليد التى عفا عليها الزمن ، والبرنامج الذى يعرض لأحداث التاريخ بكل ما تنطوى عليه من مفارقات وطرائف ودلالات مثيرة للتفكير والتأمل ... إلخ .

ولذلك يقوم الترفيه بمهمة جليلة لا يمكن الاستغناء عنها لأنها القناة المحببة لدى الجمهور والتى تقوم بتوصيل المواد الإخبارية والتثقيفية والتحليلية

والتفسيرية والتوجيهية بطريقة ممتعة قادرة على جذب المستمعين بصفة متجددة . وتحرص الصحف أيضًا الآن على عنصر الترفيه مما يدل على وحدة الأهداف الصحفية الاستراتيجية لكل من الصحيفة والراديو ، وإن اختلفت الوسائل المؤدية إليها ، وهى اختلافات نوعية وطبيعية بحكم الفروق بين عملية القراءة وجمهورها وبين عملية الاستماع وجمهوره . لكن البرامج الإذاعية المختلفة تكاد تكون مشابهة لأقسام التحرير الصحفى فى نوعيتها ، فهناك البرامج الإخبارية والسياسية والاقتصادية والتكنولوجية والزراعية والصناعية ، وكذلك أركان المرأة والطفل والرياضة والفن والأدب والموسيقى والنقد وعرض الكتب والسياحة والرحلات والفضاء والطب ... إلخ . ولذلك ليس ثمة صراع أو تنافس بين الصحيفة والراديو ، وإنما تكامل فى كل من الوسيلة والغاية . فالراديو مثلاً يستطيع أن يصل إلى الجماهير التى لا تستطيع أن تقرأ ، أو التى لا تصلها الصحيفة ، أو التى لا تقدر على شرائها ، أو التى لا تملك الوقت الكافى للقراءة . كما أنه لا يوجد تناقض بين القارىء والمستمع على الإطلاق . فالقارىء الذى يستمتع بقراءة الصحيفة ، يستمتع أيضًا بالاستماع إلى الراديو فى هدأة الليل وظلامه وهو مغمض العينين . فلكل ممارسة متعتها وللمتلقى مطلق الحرية فى أن يختار أو يجمع بينهما ، فكلها قنوات ومصادر للتثقيف والتنوير والتوعية والإدراك الناضج لوقائع المجتمع وحقائق العصر .

والتغطية الإخبارية والتحليلية فى كل من الصحيفة والراديو ، تؤكد وحدة الغايات بينهما ، وفى أحيان كثيرة الاشتراك فى نفس الوسائل الخاصة بالتحرير والتحقيق الصحفى الذى هو إذاعى أيضًا سواء فى مجال الراديو أو التليفزيون . فهذه التغطية تأتى فى مقدمة الوظائف الحيوية والضرورية التى تنهض بها كل من الصحيفة والراديو والتليفزيون ، وهى لا تقتصر على الأحداث الراهنة

والمشكلات الملحة ، بل تمتد لتشمل مضامين وتوجهات وموضوعات تكاد تتغلغل فى كل مناحى الحياة وأنشطتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية والثقافية والعلمية والتكنولوجية والتاريخية والجغرافية ... إلخ ، دون أن تكون مرتبطة بالضرورة بأحداث جارية . ولذلك فإن المنهج التحليلى والتقويمى يتعامل مع كل أنواع التغطية سواء أكانت اخبارية ملحة وراهنة أم تنويرية وتعليمية . ومن الواضح أن الراديو استمد تقاليد وأصول التغطية الإخبارية والتحليلية من الصحافة المقروءة ، مع فارق واحد هو تحويل الموضوع المكتوب أو المصور إلى موضوع صوتى يصل إلى المستمع عن طريق الأذن بدلاً من العين ، ومراعاة مستويات الجماهير الغفيرة التى تتابع الراديو والتى تبدو أكثر بساطة وعمومية من قراء الصحيفة .

والتغطية الإخبارية والتنويرية والتحليلية التى تنهض بها الصحيفة يمكن أن تعالج حدثًا مثيرًا للاهتمام الجماهيرى ، أو قضية مقلقة لقطاعات عريضة من القراء ، أو موضوعًا قديمًا مازالت آثاره سارية فى الحياة المعاصرة ، أو رؤى مستقبلية تحاول أن تستشرف الآفاق الجديدة . وهذه التغطية بطبيعتها ليست مجرد تقرير مباشر عن عناصر الخبر أو الحدث أو الموضوع ، بل تشبه دراسة تحليلية للأسباب التى أدت إليه ، والظواهر التى أحاطت به ، والتداعيات والنتائج التى يمكن أن تترتب عليه ، والمحاذير والاحتياطات التى يجب أن تتخذ لمواجهة سلبياته . ولا يستطيع المخبر الصحفى أو المحرر أن يقوم بكل هذه المهام بمفرده ، ولذلك يلجأ فى أحيان كثيرة إلى أهل العلم والخبرة حتى يساعدوه فى كشف خفايا ومشكلات الموضوع المطروح للنشر ، وتنسيق وتحليل المعلومات والأحداث التى تتصف بالحركة والشمول والدلالات العميقة التى تتجاوز حدود الأحداث العابرة لتمس الثوابت التى ينهض عليها المجتمع . فليس كل خبر أو

حدث يستحق النشر والتعليق عليه . ولذلك يدرب الصحفيون والمخبرون والمحررون أنفسهم على التقاط الخبر المهم أو المثير أو الطريف الذى يهم أكبر عدد ممكن من القراء ، ويمكن أن يساهم فى صياغة الرأى العام تجاه هذا الخبر أو غيره من الأخبار المرتبطة به والمتفاعلة معه . وهو ما يعرف باسم «الحاسة الصحفية» التى يجب أن يتمتع بها كل صحفى بدرجة أو بأخرى ، والتى يكتسبها بطول المران والممارسة والاطلاع والتثقيف . فهى البوصلة التى تحدد الاتجاه الذى يجب أن يسير فيه الصحفى أو المخبر أو المحرر بحيث يحقق هدفه على الوجه المنشود . وبدون هذه البوصلة لابد أن يعجز عن التحليل والمقارنة والتقويم واختيار أهل العلم والخبرة المناسبين للادلاء بآرائهم فى الموضوع المطروح للنشر .

وهذا المنهج المتبع فى التغطية الصحفية يكاد يتطابق مع منهج التغطية الإذاعية وإن كانت تتوسل بالصوت من خلال المذيع وأسلوبه فى الأداء وكذلك الصور والمؤثرات الصوتية المبثوثة ، محاولة من خلالها توصيل خبرة معينة إلى المستمعين الذين يعايشونها بدورهم على موجات الأثير ، خاصة إذا كانت التفاصيل والتطورات متسقة واضحة ومقنعة ودقيقة ومتكاملة المعنى ، أى قادرة على لمس الأوتار الحساسة داخل المستمع الذى لابد أن يسعد بعملية التنوير التى يمر بها وتجعله أعمق إدراكًا ووعيًا بالعالم الذى يعيش فيه ، خاصة إذا كان المطلوب هو استعراض وتحليل الزوايا ووجهات النظر المختلفة للوصول إلى قرار أو موقف أو حل أو رأى محدد تجاه القضية المطروحة . ولا تقتصر التغطية الإذاعية على العرض الواقعى والتحليل الموضوعى ، بل توظف أيضًا أساليب المزج الفنى بين النص المكتوب للبرنامج والتسجيلات والمؤثرات الصوتية بأنماطها المتعددة والمتنوعة .

وكما تساهم التغطية الصحفية فى أداء أهم الوظائف التى تنهض بها الصحيفة ، كذلك تساهم التغطية الإذاعية فى أداء أهم وظائف الراديو ، كوسيلة

اتصال جماهيرية ، فى مجالات الإخبار والتثقيف والتفسير والتوجيه والترفيه . وهناك موضوعات لا يجوز أن تتناولها الصحيفة ومن باب أولى الراديو ، أو يتم اختيار جوانب معينة منها وإهمال أخرى ، وذلك لاعتبارات سياسية أو أمنية أو أخلاقية . وليست هناك قاعدة ثابتة تقنن هذه الاعتبارات بصفة عامة ، بل تختلف من بلد إلى آخر ، ومن زمن إلى آخر طبقًا للتطورات الاجتماعية والثقافية والفكرية المتعددة . وقد تختلف - إلى حد ما بين الصحيفة والراديو بحكم الاختلافات النوعية بين القراء والمستمعين . ويرفض بعض الإعلاميين هذه الاعتبارات لأن السلطات تتخذ منها ذريعة لفرض القيود التى ترى فيها سياجًا يحمى توجهاتها من المعارضة والنقد . فهم يرون أن المبدأ الذى ينادى بأنه لاحياء فى العلم ينطبق أيضًا على الإعلام الذى يجب أن ينير عقول المتلقين بلا خوف ولا حساسية ، حتى ينضجوا فكريًا بدلاً من فرض الوصاية المتجددة عليهم وكأنهم لم يبلغوا سن الحلم بعد . ومع ذلك تظل هناك محاذير وحدود لا يمكن تجاوزها ، خاصة تلك التى تتصل بالأسرار السياسية والأمنية والتقاليد الأخلاقية ، مهما كانت الدولة راسخة فى الممارسة الديمقراطية ، فهناك بون شاسع بين حرية الرأى وإفشاء الأسرار والخطط التى ينبغى أن تظل خافية على الخصوم أو حتى الأصدقاء . وإذا كان الإعلام يعمل على دعم الأمن القومى فمن باب أولى يتحتم عليه ألا يمس خططه التكتيكية والاستراتيجية من قريب أو بعيد .

هذا على مستوى المضمون ، أما على مستوى الشكل فإن معايير الجودة الفنية تعد ضرورة لابد من توافرها ، حتى يكتسب البرنامج الإذاعى اتساقه وشخصيته المتميزة وقدرته على توصيل رسالته الإعلامية والتنويرية . ويضيق المقام هنا لحصر التقنيات الفنية والمهارات الاتصالية والقدرات اللغوية التى تمزج بين مختلف المفردات والأشكال الإذاعية المتعددة التى تطورت وتشعبت مع

تقدم تكنولوجيا الاتصالات والأجهزة الإلكترونية الحديثة . هنا تبدو التغطية الإذاعية أكثر تعقيدًا من التغطية الصحفية ، وذلك نتيجة لتعدد عناصرها التى تتراوح بين النص المكتوب الذى يجمع بين السرد والحوار والوصف وربما الأداء التمثيلى وبين التسجيلات الموسيقية والمؤثرات الصوتية بأشكالها المختلفة ، مما يجعلها كيانًا مركبًا لا يتوقف عند حدود التقرير والتحليل بل يوظف الأداء التمثيلى والأسلوب الدرامى والموسيقى والغنائى ، كى يتعامل مع عقل المستمع ووجدانه فى الوقت نفسه ، فيأسر انتباهه ليستوعب الرسالة كاملة . لكنه ليس فرضًا على الإذاعى أن يستخدم كل هذه العناصر فى البرنامج الواحد أو الحلقة الواحدة ، فهو يملك حرية اختيار المناسب منها لموضوعه ، معتمدًا فى ذلك على خبرته ودرايته وحسه الإذاعى والفنى .

لكن هذه العناصر الفنية - مهما كانت جذابة ومبهرة - لا ينبغى أن تشوش على صورة الحقيقة الموضوعية المراد توصيلها إلى ذهن المستمع . فهى كلها وسائل وأدوات لخدمة هذه الحقيقة بأبعادها المتعددة ، وإضفاء الشخصية المتميزة على البرنامج الذى يجب أن يكون متسقًا ، ومتناسقًا ، ومتبلورًا ، وخاليا من الثغرات والفجوات أو من الزوائد والنتوءات ، وجامعًا بين السلاسة والعمق الذى يساعد الإذاعى على الغوص فى كل عناصر الموضوع ، سواء بالوصف أو التحليل أو التفسير أو التثقيف أو التنوير أو التوجيه ، ورصد الأسباب والخلفيات والتداعيات والنتائج والتوقعات والاحتمالات التى يمكن أن تترتب على معطياته . ذلك أن لكل موضوع بنية فوقية ظاهرة وأخرى تحتية خفية لا يصل إليها الإذاعى إلا بالاستقصاء بطرق مباشرة وغير مباشرة حتى العمق . وقد يحرص العالمون ببواطن الأمور على عدم الافضاء بالجوانب الخفية فى الموضوع ، مما يحفز المحاور على التسلح باليقظة وسرعة البديهة واللماحية والدبلوماسية والقدرة على

المناورة الفكرية والكلامية حتى يخرج منهم بأكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف التى لابد أن تسعد المستمعين المهتمين بالموضوع عندما يجدون أنفسهم وقد ألموا بكل أبعاده وأعماقه ، وأصبحوا قادرين على تكوين رأى واصدار حكم موضوعى عليه . وإذا كان لابد من ذكر الأرقام والإحصائيات والبيانات ، فيجب على المذيع أو المحاور أن يقتصد فيها بقدر الإمكان حتى لا تشوش عقل المستمع الذى لن يستطيع الرجوع إليها إذا فاتته ، فهو لا يتمتع بفرصة قارىء الصحيفة الذى يمكنه قراءة المادة المنشورة أكثر من مرة .

والتغطية الإخبارية والتحليلية ليست مجرد تقرير يصف أجزاء الموضوع المذاع ، لأن التقرير يمثل أحد عناصرها ، بل هو عنصرها الأولى الذى لابد أن يتبع بالتحقيق والتفسير والتحليل والتعليق والبحث فى الخلفيات المواكبة للموضوع ، والأسباب التى أدت إليه ، والمسارات التى يمكن أن يشقها فى المستقبل . وكثيرًا ما تشمل التغطية الإخبارية والتحليلية عنصر التوثيق الذى يخرج برؤية متسقة ومتبلورة بصرف النظر عما إذا كانت مواد البرنامج منقولة أو غير منقولة عن مواقعها أو مصادرها الأصلية . وهذه الرؤية المتسقة والمتبلورة التى تجسد القوانين التى حكمت الظاهرة التى يدرسها البرنامج ، هى التى جعلت بعض البرامج نوعًا من الوثائق الإذاعية أو الإعلامية التى يرجع إليها الإعلاميون للتدليل على القيمة المتجددة والمستمرة التى يمكن أن تكتسبها هذه النماذج عبر الزمن . فالبرنامج المتمكن يستطيع أن يجعل من الموضوع العابر المؤقت قيمة إعلامية وفنية وفكرية لا تندثر مع الأيام .

ولعل من أشد الصعوبات وطأة على نفوس الإذاعيين ، أن نظرة الناس إلى الحقيقة هى نظرة نسبية إلى حد كبير ، فى حين أنه يتحتم على القائمين على البرامج أن يفسروا الأسباب التى أدت إليها . فالمستمع لا يكتفى بمعرفة ما

حدث ، بل يتطلع دائمًا إلى معرفة الأسباب التى أدت إليه . والراديو فى الدول الشمولية يكتفى بإخبار المستمعين بما حدث ، وإذا أراد أن يحافظ على الواجهة أو الديكور الديمقراطى فإنه يلفق بعض الأسباب التى تتظاهر بالمصارحة وكشف المستور . أما الراديو فى الدول الديمقراطية فيضيف إلى ما حدث ، تحليل الأسباب التى أدت إليه ، احترامًا منه لعقل المستمع ، وحرصًا على تكوين رأى عام تجاه القضية المطروحة .

لكن الراديو لا يملك قدرة الصحيفة على نشر تغطية إخبارية وتحليلية فى أعداد أو حلقات متتابعة ، وباسهاب وعمق ، ذلك لأن القارئ المهتم بالموضوع المنشور يتابعه ، بل وقد يحتفظ بالأعداد أو الصفحات المنشور فيها ، فى ملف خاص به للرجوع إليها حينما يشاء . أما الراديو فلا يمكنه أن يغطى موضوعًا بنفس الإسهاب والعمق ، خاصة إذا كان من الموضوعات التى تتصف بالتشعب والتعقيد والتداخل أو المزج بين عناصرها المتعددة ، بحيث يحتاج كل عنصر منها إلى حلقة إذاعية خاصة به حتى يمكن تغطيته تغطية كافية ومقنعة . وفى هذه الحالة سيحتاج الموضوع إلى حلقات متتابعة ، وغالبًا ما تكون أسبوعية ، وهو أمر لا يحتمله المستمع العادى . كما أن حلقة من ربع أو نصف ساعة قد لا تكفى لتغطية عنصر أو عنصرين من الموضوع المطروح للإذاعة ، مما يجبر الإذاعى على اللجوء إلى التبسيط والإيجاز بدلاً من العمق والإسهاب حتى يمكنه الإلمام بمعظم عناصر الموضوع الذى لن تتاح له حلقة أخرى . ذلك أن التقاليد الإذاعية لا تحبذ نظام الحلقات إلا فى المسلسلات الدرامية التى تشد المستمع إليها بعناصر التشويق والإثارة فيها ، أما أن تتحول البرامج إلى حلقات دراسية تتوافر على موضوع واحد ، فإن هذا من شأنه أن يخل بعنصرى التنوع والتوازن اللذين لابد من وضعهما فى الاعتبار دائمًا حتى لا يحول المستمع مؤشر الراديو إلى محطة أخرى .

فمن التقاليد الإذاعية ، أن التنوع يحتم تغطية موضوعات مختلفة ، يمكن أن تهم أكبر عدد ممكن من قطاعات المستمعين . وهو ما ينطبق أيضًا على البرامج المتخصصة التى لا يمنعها تخصيصها من التنوع فى الموضوعات والمتحدثين والحوارات واللقاءات ومواقع البث من خارج الاستديو . وهذا التنوع يفترض فى كل حلقة أن تكون وحدة مستقلة بذاتها ، بحيث يشعر المستمع أن لها بداية ووسطًا ونهاية تحمل فى طياتها معناها الكلى ، إذ إن إحالة المستمع إلى حلقة تالية فى نفس الموضوع ، من شأنها أن تشتته لأنه ليس من السهل أن يضبط مواعيده وارتباطاته فى انتظار الحلقة القادمة ، فلم يعد إيقاع الحياة اللاهث والمعقد يسمح بهذا التروى والتأنى من أجل الاستماع إلى برنامج إذاعى .

وعنصر التنوع بطبيعته يؤدى إلى عنصر التوازن الذى يقتضى توزيع الاهتمام بالموضوعات المختلفة والمتعددة توزيعًا عادلاً وموضوعيًا ، مما يؤدى إلى جذب أكبر قطاعات من الجمهور ، مثلما يفعل التنوع تمامًا . والتوازن ليس قاصرًا على الموضوع بصفة خاصة بل يمتد ليشمل الخريطة الإذاعية بصفة عامة ، أى توقيت إذاعة البرامج ، وتتابعها ، وتحديد الزمن المخصص لكل منها ، والتوفيق بين نوعياتها بحيث لا يحمل برنامج شبهة تكرار لبرنامج آخر . وهذا التوازن يشبه إلى حد كبير التوازن الذى يجب أن يراعى بين مختلف المواد والموضوعات المنشورة فى كل صفحة من صفحات الصحيفة ، وإن كان التوازن الإذاعى توازنًا زمنيًا فى حين أن التوازن الصحفى توازن مكانى ، لكن كليهما يسعيان لتوصيل الموضوعات بأفضل طريقة ممكنة ، لا تصيب المستمع أو القارىء بالملل .

ويقتضى كل من عنصرى التنوع والتوازن ، اختيار الموضوعات التى تجمع بين الأهمية والتحديد . فالأهمية تعنى أن يهم الموضوع أكبر عدد ممكن من

المستمعين ، على الأقل فى مجاله ، كذلك تعنى اختيار أهم العناصر لتحليلها وتقويمها طبقًا لتسلسل الأهم فالمهم فالأقل أهمية . فلا يعقل أن يبدأ الإذاعى بالعناصر الأقل أهمية ليستهلك فيها معظم وقت البرنامج ثم يضطر إلى ضغط المساحة الزمنية للعناصر الأهم لاقتراب البرنامج من نهايته ، فيخرج الموضوع مبتسرًا ومبتورًا . فلا جناح على الإذاعى إذا ضغط فى نهاية البرنامج ، العناصر الثانوية أو العابرة فى الموضوع ، وربما كان فى إمكانه حذفها إذا لم يتسع لها وقت البرنامج الذى يقاس معيار نجاحه بتمكنه من تقديم صلب الموضوع وجوهره . وهذا يستدعى من الإذاعى أن يكون ملمًا ومستوعبًا لكل جوانب الموضوع حتى يستطيع ترتيب قائمة الأولويات التى ستحدد مسار البرنامج وخطواته . وهذا التحديد لا يتأتى للإذاعى إلا من خلال وعيه العميق بنسبة الأهمية فى كل عنصر من عناصر الموضوع . وهى العناصر الملحة التى تجيب عن تساؤلات الجماهير ، وتشفى تطلعها إلى المعرفة ، وتشبع احتياجاتها الفكرية والثقافية والاجتماعية والإنسانية ، ولا بأس من أن تحتوى على عناصر الجاذبية والطرافة وربما الإثارة التى تجعل من الاستماع إلى الموضوع المطروح متعة فعلية .

لكن التغطية الإخبارية والتحليلية ليست بهذه السهولة والسلاسة . فهناك صعوبات وعقبات وعوائق تقف فى طريق الإذاعيين عندما يتناولون مختلف الموضوعات والأخبار بالدراسة والتحليل تمهيدًا لبثها . فقد تحتم السياسة الإعلامية التى تتبعها المحطة عدم تناول موضوعات معينة أو جوانب محددة منها ، خاصة فى الإذاعات التابعة للنظم الشمولية ، فيجد الإذاعى نفسه مضطرًا للرضوخ لهذه القيود ، فيتخلى عن الموضوعات التى يرى فيها نجاحًا جماهيريًا مؤكدًا ، أو يتناول جوانب محددة أو محدودة منها بحيث تفقد قدرتها على الجذب الجماهيرى . وبالتالى عليه أن يتحسس توجهات القادة الإعلاميين ورغباتهم قبل

أن يبدأ فى التخطيط لموضوعاته وبرامجه ، حتى لا يجد نفسه فى مواجهة معهم ، هو فى غنى عنها ، لأنه يعمل فى النهاية فى الإذاعة التى تملكها الدولة . ويعانى معظم الإعلاميين والإذاعيين من هذه القيود والضغوط فى ظل النظم الشمولية .

وتشكل المساحة الزمنية الممنوحة للبرنامج قيدًا آخر على حركة الإذاعى وانطلاقه إلى الآفاق التى يتمنى بلوغها . فهو لا يملك الحرية فى تحديد المساحة الزمنية لبرنامجه ، حتى لو كان برنامجه من البرامج التى تحاول أن تغطى موضوعات تحتاج إلى زمن غير قصير ، يتيح لها فرصة الإسهاب والتعمق ولو إلى مدى محدود . ولا يملك الإذاعى فى هذه الحالة سوى التركيز بقدر الإمكان مما قد يوقعه فى أخطاء الإخلال بالفكرة الرئيسية ، أو ابتسارها ، أو الضغط على الضيف المتحدث حتى يخرج أهم ما عنده فى أقل وقت ممكن ، أو التسرع فى العرض والتحليل مما يرهق المستمع الذى يمكن أن تفوته أفكار أو آراء أو أجزاء من الموضوع ، يمكن أن تؤثر بالسلب على استيعابه له ... إلخ وهذه كلها معادلات صعبة يتحتم على الاذاعى أن يحلها فى حدود الامكانات المتاحة . ولذلك عليه أن يتحلى بالمرونة واليقظة والدراية العميقة بموضوعات برنامجه حتى يتمكن من أن يستغل كل لحظة فيه أفضل استغلال .

كذلك تواجه التغطية الإخبارية والتحليلية عقبة أخرى تتمثل فى صعوبة الحصول على بعض الأخبار والمعلومات الضرورية لإكمال جوانب الموضوع وتعميقها . ذلك أن سطحية العرض والتناول لابد أن تفقد البرنامج مصداقيته عندما يكتشف المستمع أنه لا يضيف إلى معلوماته ما يدفعه إلى متابعته . وهذه الصعوبة تتنوع فى درجاتها ، وتختلف باختلاف النظام الذى تتبعه الدولة . فالنظم الشمولية تفرض حظرًا على تداول المعلومات التى ترى أنها تمس صميم سياستها ، وما أكثرها ، وبالتالى يجد الإذاعى نفسه محصورًا فى نطاق ضيق لا يسمح له بتقديم برنامج إذاعى ناجح ومؤثر بمعنى الكلمة ، إذ أن النطاق المتاح له

لكى يصول فيه ويجول ، يتمثل فى الدعاية المباشرة أو غير المباشرة لتوجهات النظام ، وبالتالى ينتقل من مستوى الإعلام التنموى والتنويرى والتثقيفى إلى مستوى الدعاية التى تهتم أساسًا بعنصر الإرسال إلى الجماهير دون الاهتمام بعنصر الاستقبال منها ، أو نقل نبضها إلى السلطة كى تضعه فى اعتبارها عندما تخطط لاستراتيجيتها . كذلك تضع الدول الديمقراطية حظرًا على الحصول على بعض المعلومات التى ترى فيها مساسًا بأمنها القومى ، لكن قيودها أقل بطبيعة الحال من قيود الدول الشمولية . ومع ذلك فإن الجزء الخفى من الممارسة السياسية أكبر بكثير من الجزء الظاهر بحيث يمكن تشبيهه بجبل الجليد العائم وسط أمواج المحيط وأعاصيره ، لا يبدو منه سوى أعلى قمته . وهذا ينطبق على الأنظمة الشمولية كما ينطبق على الأنظمة الديمقراطية . فكل منها لديه الكثير لكى يخفيه عن عيون الإعلام بصفة خاصة .

ولا يمثل هذا الحظر على تداول المعلومات ، العقبة الوحيدة فى وجه الإذاعيين ، بل هناك أيضًا قلة المصادر والمراجع ، أو عدم إمكان التوصل إليها فى الوقت الذى تتيحه التغطية الإخبارية والتحليلية ، وهو وقت غالبًا ما يكون ضيقًا . ولذلك فإن التكنولوجيا الحديثة للإعلام ، ساهمت فى هذا المجال إسهامات مرموقة ، خاصة فى سرعة الحصول على المعلومات ، وتصنيفها ، وتخزينها . فأصبحت معظم محطات الراديو الراسخة عبارة عن شبكة الكترونية متصلة بشبكات أخرى تمدها أولاً بأول بأحدث المعلومات وأعمقها وأشملها . ووفر الكومبيوتر على الإذاعيين وقتًا وجهدًا كبيرين . لكن تظل المحاذير المفروضة من السلطة على الحصول على المعلومات ، أو إذاعتها فى حالة الحصول عليها ، تشكل عقبة لا يمكن تجاوزها فى أحيان كثيرة .

ومع ذلك فإن هذه العقبات والعوائق والصعوبات لا ينبغى أن تكون حجة أو ذريعة تسمح للإذاعيين باللجوء إلى الدعاية الفجة أو السطحية الساذجة فى

التغطية الإخبارية والتحليلية التى يقومون بها . فلا شك أن المزيد من الجهد واليقظة والوعى والمرونة وتكييف المواقف والتوصل إلى مفاتيحها ، كفيل بالإقلال من القيود والضغوط التى تمارسها هذه الصعوبات . ومهما كانت ضآلة قدر المعلومات المتاحة ، فإن تحليلها ، وتفسيرها ، وتقويمها ، وربطها بنسيج المجتمع ، واستقراء أسبابها ، والتنبؤ العلمى بالنتائج والتداعيات ، كفيل بتوسيع رقعتها ، وتعميق أبعادها ، وبلورة دلالاتها ، وتحويلها إلى مادة إذاعية جذابة ومفيدة . فالعبرة أحيانًا بكيفية التعامل مع المعلومات مهما كانت قليلة ، وليست بكمها الضخم الذى يمكن أن يُترك مشوشًا ، ومكدسًا ، وفاقدًا للاتساق ، وبالتالى لا يجذب انتباه المستمع ويملك عليه أذنه وفكره وخياله .

وتتعدد أنواع التغطية الإخبارية والتحليلية بتعدد الموضوعات والاختلافات النوعية بين البرامج الإذاعية . فهناك تغطية الأحداث السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية والثقافية والفنية الراهنة ، سواء على المستوى المحلى والاقليمى أو المستوى العالمى والكونى . وهناك تغطية الظواهر والقضايا الملحة أو المزمنة على حد سواء ، مثل المشكلات التى لم تجد حلولاً بعد ، والتى تضاربت الآراء والأقوال بشأنها ، والإنجازات التى يمكن أن تكون دروسًا مستفادة يجرى تطبيقها فى بقاع أخرى ، مع الوضع فى الاعتبار اختلاف الظروف والملابسات المرتبطة بها ، وتغطية الاهتمامات الإنسانية والشخصيات المؤثرة التى استطاعت أن تثيرها ، والتى يمكن أن تكون مثلاً عليا للآخرين ، وتغطية المواقع والأماكن التى تنطوى على معان ودلالات حضارية وثقافية وسياحية وتاريخية وأثرية ، والتى يجب على المستمع أن يلم بها بصفتها جزءًا لا يتجزأ من وجدانه الحضارى ووعيه القومى ، وكذلك تغطية الرأى العام تجاه قضية أو مشكلة حيوية من خلال الاستفتاء الإذاعى الذى لا يسعى إلى نتائج محددة بقدر ما يثير الاهتمام الجماهيرى بها ، وينير العقل الجمعى حتى يستطيع أن يتخذ

منها موقفًا موضوعيًا . كذلك فإن للموضوعات الطريفة والأحداث الخفيفة نصيبًا فى التغطية الخبرية والتحليلية ، كعنصر جذب للمستمع الذى يميل إلى معرفة بعض الغرائب والعجائب والطرائف التى يمكن أن تنطوى عليها بعض القضايا أو المواقف أو الأحداث أو الشخصيات . ومن الطبيعى أن تتداخل هذه الموضوعات والقضايا والأحداث والمواقف فيما بينها ، لكن هذا التداخل لا يعنى فقدان كل موضوع أو برنامج لشخصيته المتميزة ، فلابد أن يمتلك وحدته الفكرية والذهنية برغم انفتاحه على مصادر معلوماتية عديدة .

فإذا بدأنا بالتغطية الإخبارية والتحليلية للأحداث الجارية ، سنجد أن الراديو استفاد إلى حد كبير من إنجازات الصحف فى هذا المجال . فهذه التغطية ترسخت كواحدة من أهم وظائف الصحف منذ أن عرفها الإنسان ، وعندما عرف الإنسان الراديو بعد ذلك بقرون ، كانت أول منهج صحفى انتقل إليه . فإذا كانت الصحف اليومية تعتمد على الخبر أو الحدث ، وتفرد له صفحاتها الأولى ، وتعمل دائمًا على تغطيته بصفة مستمرة وسريعة وملحة ، حتى تلبى تطلع القراء المتجدد لمعرفة آخر الأخبار والأحداث ، فإن الراديو أيضًا يسير على نهج الصحيفة ، بالنسبة لنشراته الإخبارية التى يضعها دائمًا فى موقع الصدارة من برامجه التى يمكن أن تتغير مواعيد إذاعتها ، أو تختصر مساحتها الزمنية ، أو تلغى تمامًا ، لكن تظل النشرات الإخبارية ذوات مصونة لا تمس فى مواعيد إذاعتها أو حتى فى مساحتها الزمنية التى يمكن أن تطول عن المعتاد ، إذا كان هناك من الأحداث الخطيرة أو المواقف المصيرية أو الأزمات الملحة ما يستدعى إلغاء البرنامج أو البرامج التالية لها . والظاهرة الجديرة بالملاحظة أن نشرات الأخبار فى معظم الإذاعات الراسخة عمرها من عمر الإذاعات نفسها . فهى البصمة الأساسية التى تمنحها شخصيتها المتميزة ، ولذلك فإن مواعيدها وأساليبها لا تتغير ، إلا فيما

يتصل بمضمونها . وهى مواعيد ترتبط دائمًا بذروة فترات الاستماع الجماهيرى ، أما الفترات الأخرى فيكتفى الراديو بتقديم موجز لنشرة الأنباء .

وإذا كانت الصحف تحرص على إمداد قرائها بآخر الأنباء ، بل وتصدر الملاحق والطبعات المتتالية فى اليوم نفسه إذا كان هناك من الأزمات والأحداث المصيرية ما يستدعى ذلك ، فإن الراديو يتمتع بميزة الإذاعة الفورية لمثل هذه الأحداث سواء فى نشراته الثابتة أو الطارئة . وتحاول الصحف أن تعوض هذه الميزة التى لا تمتلكها ، بالتركيز على التعليق والتحليل والتفسير المسهب الذى يلقى أضواءً فاحصة على خلفيات الأحداث وخباياها إذا أمكن . وإذا كان الراديو لا يهمل التعليق فى نهاية نشراته ، فإن اهتمامه الأول ينصب على إعلام الجمهور بما حدث ، وظروف الزمان والمكان والشخصيات والمواقف المرتبطة به . لكن الراديو يحاكى الصحافة عندما يقدم البرامج الإعلامية والسياسية التى تقوم بالتحليل والتفسير ، لكنها برامج لا تملك صفة الإذاعة الفورية ، ولذلك تتساوى مع المقالات التحليلية التى تنشرها الصحف . فكل من الصحيفة والراديو يحرص على تفسير الأسباب التى أدت إلى الحدث ، والتداعيات التى ترتبت عليه أو المتوقعة مستقبلاً . فالخبر وحده لا يكفى ، وإنما لابد من تنويره من الداخل والخارج ، حتى يزول غموضه فى مواجهة التساؤلات والاستفهامات المثارة فى أذهان الجماهير . فإذا كان عنصر الإخبار يغطى السطح الذى تدور عليه الأحداث والمواقف ، فإن عنصر التحليل يغوص فى العمق كى يخرج بالأسباب التى أدت إليها ، والقوانين التى تحكم حركتها ، والتوقعات التى يمكن أن تحدث فى المستقبل . ولذلك فإن الإخبار والتحليل هما جناحا التغطية الصحفية والإذاعية على حد سواء .

ويمتلك الراديو ميزة أخرى وتتمثل فى قدرته على تقديم الصور الصوتية الحية على لسان المشاركين فى الأحداث أو من مواقعها الفعلية ، مما يمنح

المستمع فرصة معايشتها . فالاستماع إلى الصوت الحى يختلف كثيرًا عن القراءة عنه فى الصحيفة . وربما كانت نبرة المتحدث توشى بايحاءات لا تتضمنها كلماته ، بالإضافة إلى الخلفيات الصوتية المواكبة للحديث بشرط ألا تشوش عليه . كل هذا يضيف إلى المعانى والدلالات الصادرة عن الحدث . وخاصة أن تكنولوجيا التسجيلات الصوتية تطورت وتقدمت بحيث أصبحت قادرة على التقاط الهمسات عن بعد ، كما أن الأجهزة أصبحت من الصغر الذى يمكن حاملها من وضعها فى جيبه .

وفى مجال التغطية الإخبارية والتحليلية يوجد المندوب الإخبارى والمعلق التحليلى . فالأول يقوم برصد تفاصيل الأحداث الراهنة وارسال تقرير عنها إلى محطته ، فى حين يأخذ المعلق التحليلى هذه المادة ليخضعها للبحث والدراسة والتحليل والاستقراء حتى يستطيع أن يتكهن بالمراحل القادمة التى ستمر بها الأحداث . أى أن المخبر يركز اهتمامه على الحجر الذى ألقى به أو سقط فى البركة ، وكيفية سقوطه وتوقيته ، فى حين يركز المعلق تحليله على الدوامات التى أحاطت بسقوطه واتسعت لكى تشمل مساحات ومواقع أخرى ، والمدى الذى يمكن أن تصل إليه هذه الدوامات . وبمعنى آخر فإن المخبر يهتم بما حدث وكيفية حدوثه فى الماضى ، أما المعلق فيتلمس النتائج المترتبة عليه فى المستقبل ، خاصة بعد انخفاض درجة التوتر المصاحبة له واتضاح الرؤية بصورة أفضل . وأحيانًا يجمع المندوب الإذاعى المتمرس بين وظيفة المخبر ووظيفة المعلق عندما يملك الدراية الكافية والرؤية الشاملة .

ونظرًا لأن الصوت هو أداة الراديو لتوصيل رسالته الإعلامية التى تتعامل مع أذن المستمع وعقله وخياله وقدرته على التصور ، فإن التغطية الإخبارية والتحليلية تشترط توافر الجاذبية ، والحيوية ، والإيقاع المتنوع ، والتركيز ، والتكثيف ،

والإيجاز ، والموضوعية ، والدقة ، والقدرة على نقل الجو المحيط بالحدث حتى يستطيع المستمع أن يعايشه ويتشربه . فالحدث بطبيعته هو حدث عايشه المندوب الإخبارى الذى يجب عليه أن ينقله - كجزء من الحياة النابضة لحظة بلحظة - إلى المستمع . وهذا لا يتأتى إلا من خلال قدرته على الوصف الدقيق بأسلوب جذاب ، يستخدم أقل الكلمات لتوصيل أكثر المعانى دلالة . وعندما يذيع رسالته بصوته ، فإن المستمع لابد أن يشعر بسخونة الحدث وحماسه لتوصيله ، دون انفعال مفتعل قد يؤثر على صورته الموضوعية التى يجب أن تنطبع فى ذهن المستمع فى النهاية .

وبالإضافة إلى عنصر الجاذبية والحيوية ، لابد من توافر عناصر التركيز والتكثيف والإيجاز ، ليس لعامل الوقت فحسب بل للإيقاع أيضًا فالإطناب من شأنه أن يصيب الإيقاع بالبطء وأحيانًا بالملل . والقاعدة الإذاعية تقول بأنه يتحتم على المذيع ألا يكون مطنبًا أو بطيئًا لدرجة إصابة المستمع بالملل ، كما يتحتم عليه ألا يكون موجزًا أو متسرعًا لدرجة عجز المستمع عن استيعاب رسالته . وهى نفس القاعدة التى تحكم السياق فى السيناريو السينمائى أو التليفزيونى والتى تنص على أن يكون طول اللقطة مناسبًا كى يستوعبه المشاهد ، لكن بمجرد انتهاء عملية الاستيعاب يجب أن تترك اللقطة مكانها للقطة التالية وهكذا حتى لا يصاب الإيقاع بالترهل والبطء المثير الملل ، أو لا يستطيع استيعابها إذا كانت أسرع من اللازم . إن ضبط الإيقاع يمكن المذيع أو المحرر من اختيار المفردات والتعبيرات والتراكيب اللغوية التى تملك أذن المستمع ولبه عندما يمارس متعة التنوير والتثقيف . ولذلك تركز الصياغة الإذاعية على أهمية فن الإلقاء والأداء نفس تركيزها على أهمية دقة التحرير الإخبارى والتحليلى .

أما الوصف الذى يتميز بالموضوعية والدقة التفصيلية ، فيستطيع أن ينقل الحدث بكل أبعاده الملموسة والمادية إلى المستمع فى عقر داره . وإذا لم يكن

الوقت يسمح بايراد كل التفاصيل الدقيقة والموحية ، فعلى المندوب الإخبارى أن يختار أهم ما فيها وأكثرها دلالة ، حتى تصل الصورة إلى المستمع متكاملة بقدر الإمكان . فلابد أن يشعر المستمع بأن التغطية كانت بمثابة معايشة فعلية وحميمة للحدث . فهى ليست نقلاً آليًا لمجريات الأمور ، بل هى تفاعل معها فى مكانها وزمانها ثم توصيلها بأسلوب سهل ، وسلس ، ومباشر ، وجذاب ، ومفيد إلى المستمع ، إذ لا يمكن فصل الأحداث والآراء والأفكار عن المشاعر والانفعالات والهواجس المرتبطة . أى أن التغطية الإخبارية والتحليلية هى توازن حساس ودقيق بين المنهج العلمى والإحساس البشرى ، فلا يطغى أحدهما على الآخر ، حتى لا تصاب التغطية بالمنطق البارد واللامبالاة إذا اعتمدت على المنهج العلمى وحده ، أو بالشطحات والانفعالات الهوجاء إذا عبرت عن الإحساس البشرى وحده .

وكما سبق القول فإن التغطية الإخبارية والتحليلية لا تقتصر على الأحداث والأخبار المترتبة عليها ، بل تشمل أيضًا الظواهر والقضايا والمشكلات التى يجب تحليلها لاتخاذ موقف موضوعى منها ، وتكوين رأى عام تجاهها ، وأيضًا الإنجازات والمشروعات الناجحة التى يمكن تطبيقها فى بقاع أخرى ، كنماذج رائدة فى مجالها ، وكذلك الاهتمامات الإنسانية والشخصيات المؤثرة فى مجريات الأمور ، والبقاع والأماكن ذات الدلالات الحضارية والثقافية ، والتفاعل مع جمهور المستمعين بوسائل الاتصال المختلفة كنوع من جس النبض ورسم خريطة لمسارات الرأى العام ، والاهتمام بالأحداث والموضوعات الطريفة كنوع من الترفيه الذى يمنح الرسالة الإعلامية جاذبية لابد أن تسعد المستمع عندما تروح عن نفسه المكدودة .

فالراديو منذ بدايته أدرك أن من أهم وظائفه الاهتمام بالمشكلات والظواهر والقضايا التى يعانى منها الناس فى حياتهم اليومية ، خاصة إذا كانت

هذه المشكلات تنطوى على جوانب خافية ومعقدة ومتشعبة ، بحيث تحتاج إلى منظور شامل لكل أبعادها وأعماقها التى يضعها البرنامج الإذاعى تحت نظر الجماهير ، فتملك وعيًا موضوعيًا تجاهها . ولا فرق فى هذا بين مشكلة حديثة أو مشكلة مزمنة . بل إن الإذاعى المتمكن يبحث عن المشكلات التى أزمنت وتحجرت ودخلت زوايا النسيان كحالات ميئوس منها ، ثم يقوم بتسليط الأضواء الفاحصة عليها ، بهدف معالجتها والقضاء عليها لاحتمال أن تتحول إلى بؤر صديدية فى جسم المجتمع ، يمكن أن تؤثر على حيويته وقدرته على مواكبة العصر .

وتقضى التغطية الإخبارية والتحليلية لهذه المشكلات ، بطرحها إذاعيًا ، كخطوة أولى ، أمام المستمعين ، لأنه من الصعب التعامل مع مشكلة غير معروفة الأسباب والأبعاد والنتائج . وهذه الخطوة تحتم جمع كل المعلومات والآراء والأفكار والتوجهات من المتصلين بالمشكلة والعالمين ببواطن أمورها ، مهما كان الاختلاف والتناقض فيما بينهم ، إذ أن معلومات الإذاعى وقراءاته المتصلة بالمشكلة لا يكفى . ومن هنا كانت ضرورة إجراء الحوارات والأحاديث مع الخبراء والمختصين ، ثم يقوم بالمقارنة بين مختلف الآراء والحلول المقترحة ، مسترشدًا فى ذلك بحسه الإذاعى الذى يساعده على استخلاص ما ينهض منها على المنطق والمنهج العلمى ، دون أن يفقد الاتجاه وسط الآراء المتناقضة والتوجهات المتضاربة تجاه المشكلة . فمن البدهى أن النسبية تتحكم فى نظرة البشر إلى المشكلة الواحدة التى يمكن أن تتعدد صورها بتعددهم هم أنفسهم .

ولا يمكن حصر المشكلات التى تشملها التغطية لأنها تنتشر فى كل مجالات الحياة اليومية التى تمثل مصدرًا لا ينضب من المواد والقضايا والظواهر التى تصلح لأن تكون مضمونًا للعديد من البرامج الإذاعية المتنوعة . ومن هنا كانت أهمية الحس الإذاعى والعين اللاقطة عند الإذاعى حتى يختار المشكلات

التى تمس أكبر قطاع ممكن من الناس ، وتؤثر فى مصيرهم بطريقة أو بأخرى . فليس من الضرورى أن تفرض المشكلة نفسها عليه حتى يسلط عليها الأضواء ، بل عليه أن يستكشفها بل ويطاردها حتى يمسك بتلابيبها . ومشكلات التعليم والصحة والإسكان والمواصلات والقضاء والثقافة والزراعة والسلع والتموين ، تمثل مجالاً ، لا حدود له ، كى تصول فيه التغطية الإذاعية وتجول . تستوى فى هذا ، الدول المتقدمة أو الدول المتخلفة ، لكن المشكلات تختلف بطبيعة الحال من مجتمع لآخر ، ومن زمن لآخر ، وغير ذلك من الاعتبارات التى يجب على الإذاعى أن يضعها فى اعتباره ، وفى مقدمتها عوامل الفساد التى تشكل الدافع الأساسى المتسبب فى هذه المشكلات أو فى استمرارها وتواجدها الخفى أو الظاهر . وكلما كان الإعلام حرًا وقادرًا على تعرية الفساد فى كل صوره وأشكاله ، كانت التغطية الإذاعية أو بمعنى أصح التعرية الإذاعية ، وسيلة فعالة لتحديد المسئولية المباشرة أو غير المباشرة عنه ، سواء وقع قصدًا أم عفوًا . وإذا كانت التغطية لا تملك حق توجيه الاتهام والضبطية القضائية ، فإنها على الأقل تنير الطريق أمام السلطة القضائية كى تتخذ إجراءاتها ، أو الهيئة الاجتماعية كى تفرض عقابها على المفسدين . ومن الواضح أن الراديو كان تلميذًا نجيبًا للصحافة فى هذا المجال الحيوى .

والتغطية الإخبارية والتحليلية لا تهدف إلى التركيز على السلبيات والمثالب فحسب ، بل تلقى الأضواء أيضًا على الإيجابيات والإنجازات الناجحة فى شتى مجالات المجتمع الخدمية أو الإنتاجية ، ولا تفرق فى هذا بين المشروعات الحكومية أو الأهلية أو الحزبية ، إذ أن تبعية الراديو للحكومة فى بلاد كثيرة لا يعنى أنه مجرد بوق لها . فمن الضرورى تعريف المستمعين بهذه الإنجازات ، وإلقاء الأضواء على كفاح القائمين عليها ، الذين يمثلون نماذج رفيعة

وصالحة ، حتى يحتذى بها أبناء وطنهم . ولا تسعى التغطية إلى مجرد التقريظ والمديح ، بل تقدم دراسة موضوعية وتحليلية للمراحل التى مر بها المشروع ، والعقبات التى اعترضت طريقه ، وكيف تم تذليلها ، والأفكار المبتكرة والخلاقة التى كانت بمثابة قوة دفع وصلت به إلى صورته الراهنة . ذلك أن هدف التغطية هو الخروج بالدروس المستفادة منذ أن كان المشروع مجرد فكرة فى ذهن أصحابه إلى أن تحقق على أرض الواقع . وكلما كان المشروع ذا أهمية بالغة بالنسبة للجماهير ، كانت التغطية ناجحة فى إقامة جسور الفهم والتقدير بينه وبينها ، فالمستمع يهتم دائمًا بالمشروعات التى تلبى احتياجاته الضرورية واليومية ، أما الكماليات التى يمكن الاستغناء عنها ، فيمر عليها مر الكرام .

ويقودنا إلقاء الأضواء الإذاعية على الإنجازات المرموقة ، إلى الشخصيات الجديرة بالاهتمام العام . ففى حياة هذه الشخصيات ، لمحات ريادية ، ودروس مستفادة ، وأفكار خلاقة ، وآراء مبتكرة ، لابد من نقلها وترسيخها فى العقل الجمعى للجماهير . ولايهم إذا كانت هذه الشخصيات مشهورة أم مغمورة ، معاصرة أم تراثية ، لأن ما يهم أنها تشكل مادة إعلامية لصنع أخبار مشوقة وموضوعات مفيدة على المستوى القومى . أى أن التغطية الإخبارية والتحليلية فى هذا المجال ، هى نوع من إعادة اكتشاف هذه الشخصيات كنماذج تحتذى . وقد لا تقتصر التغطية على الشخصيات الإيجابية فحسب ، بل قد تشمل الشخصيات السلبية التى يمكن تقديمها كنماذج مرفوضة من المجتمع ، مثل الانتهازيين والمتسلقين والمنافقين والأفاقين واللصوص والقتلة والمزورين ... إلخ . لكن هذا النوع من التغطية محاط بمحاذير لابد أن توضع فى الاعتبار ، إذ إن المستمع الذى لديه ميل إلى الانحراف قد يتخذ من تفاصيل الجرائم التى يرتكبها هؤلاء المنحرفون منهجًا عمليًا ودرسًا مستفادًا يحكم به خططه وأفكاره التى ينوى

تنفيذها . ولذلك يجب عدم الإكثار من هذا النوع من التغطية ، وإذا ماتم تناولها فلابد أن يكون ذلك بحرص شديد ويقظة عالية .

كذلك تساهم التغطية الإخبارية والتحليلية فى إلقاء الأضواء على الأماكن المثيرة لاهتمام المستمع أو التى يجب أن تثيره ، مثل الأماكن التاريخية والأثرية والسياحية ، على أساس أن السياحة لا تقتصر على الأجانب القادمين من البلاد الأخرى ، بل تشمل أيضًا أبناء البلد الذين يجب أن يكونوا على دراية وعلم بتاريخ بلدهم وجغرافيته . أى أن الراديو يساهم فى نشر الوعى التاريخى والثقافى والحضارى وتعميقه ، وكذلك فى تشجيع السياحة الداخلية والخارجية على حد سواء ، بل وتشجيع الرحلات الاستكشافية فى مجاهل الصحارى والبرارى والجبال والغابات ، وإقامة المعسكرات الكشفية فى زمن اندثرت فيه روح الكشافة عند الأجيال الجديدة . فهناك أماكن وبقاع فى بلاد كثيرة لا يعرف أبناؤها شيئًا عنها .

ونظرًا لقدرة الراديو على الانتشار السريع والحاسم والواسع ، فإنه من خلال اللقاءات المتعددة مع الجمهور ، ومن الرسائل التى ترد إلى المحطة ، يمكن معرفة اتجاهات الرأى العام فى أية قضية أو ظاهرة أو مشكلة تمس مصير الجماهير ومستقبلهم . ومن خلال دراسة هذه الاتجاهات وتحليلها يمكن للراديو أن يقوم بحملة إعلامية أو تنويرية أو تثقيفية أو توجيهية أو حتى دعائية لإقناع المستمعين بفكرة معينة . وهذا دور ريادى للراديو الذى يقوم بجس النبض العام ، ومدى تقبل الجماهير للفكرة الجديدة واقتناعها بها ، مما ينير الطريق أمام الأجهزة التنفيذية لتعرف مواقع أقدامها والمدى الذى يمكن أن تصل إليه فى تحويل الفكرة إلى واقع ملموس ، أو ربما أجلت تنفيذها إذا أدركت أن الوقت لا يزال غير مناسب لها ، أو ألغتها إذا واجهت نفورًا عامًا من الجمهور . والراديو غير ملتزم

بالنتائج التى تترتب على مثل هذه الاستفتاءات ، لأنها استفتاءات رأى ولا تلزم أحدًا باتخاذ قرار تنفيذى معين ، لكنها فى الوقت نفسه تبلور نوعية القرار الذى يمكن أن تتخذه الأجهزة التنفيذية ، سواء بالشروع فى تطبيق الفكرة أو تأجيلها أو تعديلها أو حتى إلغائها .

أما تغطية الأحداث الخفيفة والمواقف والموضوعات الطريفة ، فلا تقل فى أهميتها عن أنواع التغطية الأخرى . ولا يقصد بها الخفة التى تميل إلى التفاهة والفجاجة والسطحية ، بل يقصد بها الترويح عن النفس المكدودة التى تصبح بعد ذلك أكثر قدرة على استيعاب الأفكار الجادة بل والمتجهمة . وكلما كان الترويح راقيًا ورفيعًا ، كان مضمونه جادًا بل وزاخرًا بالأفكار الإنسانية والفلسفات العميقة والمعلومات المفيدة ، وخاصة أن هذه الطرائف والمفارقات لا تصدر عن حياة الإنسان فحسب ، بل يمكن استخراجها من كل مظاهر الحياة والوجود ، كما تتمثل فى حياة الحيوان والحشرات والنباتات بل والجمادات . فعلى سبيل المثال ، نجد أن أوجه التشابه أو الاختلاف بين الإنسان والحيوان والنبات ، يمكن أن تقدم مادة إذاعية طريفة بل ومثيرة وتنطوى على مادة علمية خصبة . ومن هنا كان فى إمكان العلماء والخبراء والمفكرين ، أن يكتبوا المادة العلمية للبرامج الطريفة بل ويقدموها بأنفسهم إذا رحبوا بالفكرة ، فهى برامج غير قاصرة على الكتاب الفكاهيين والساخرين أو الممثلين الكوميديين وحدهم .

وعند تنفيذ هذه الأنواع المختلفة من التغطية الإذاعية ، لابد من اتباع إجراءات أو خطوات نظرية وتطبيقية معينة ، حتى تأتى التغطية بثمارها المرجوة . فهى تبدأ بتحديد موضوع البرنامج أو الحلقة ، والهدف منه . ينطبق هذا المبدأ على كل البرامج التى تتناول حدثًا ، أو موقفًا ، أو مشكلة ، أو إنجازًا ، أو شخصية ، أو معلمًا تاريخيًا أو سياحيًا ، أو تقويمًا للرأى العام تجاه قضية معينة ، أو موضوعًا

طريفًا . وينبغى أن تكون فكرة البرنامج جديدة ، مبتكرة ، غير مستهلكة ، مثيرة لاهتمام المستمع ومفيدة فى حياته . وهذه لا تتأتى لمعد البرنامج إلا إذا كان واسع الاطلاع ، عميق الثقافة ، ثاقب الرؤية ، يقظ الوعى ، قادرًا على قراءة الحياة وتحليلها وتفسيرها ، نفس قدرته على قراءة الكتب واستيعابها . كما تلعب الموهبة والحماس ، والاستعداد الفطرى ، بالإضافة إلى الخبرة المكتسبة ، دورًا حيويًا فى تقديم البرامج المؤثرة والمفيدة التى تعمق احساس المستمعين بسلبيات واقعهم وايجابياته على حد سواء ، فيستطيعون الربط بين الأسباب والنتائج ، وتكوين رأى موضوعى تجاه القضية المطروحة . من هنا كانت ضرورة الحس الإعلامى الذى يمكن الإذاعى من التقاط الأفكار والموضوعات التى قد تبدو عند الآخرين عابرة ولا تستحق التوقف عندها . ومن الطبيعى أن يتفاوت هذا الحس بين مختلف الإذاعيين ، طبقًا لثقافة كل منهم وخبرته ومنظوره إلى الحياة ، لكنهم يتفقون جميعًا فى البحث عن الجدة والابتكار والتنوير والتثقيف والتوعية .

وليس شرطًا أن يبحث الإذاعى أو ينتظر حتى يكتشف الأفكار الجديدة والموضوعات المبتكرة ، لأنه بحسه الإعلامى المدرب ، وقوة ملاحظته ، ونظرته الثاقبة ، يستطيع أن يستخرج أو يقتنص الجديد من القديم ، والمبتكر من التقليدى ، والمثير من الممل ، والمتحرك من الساكن ، والحيوى من الراكد . ذلك أن كل الموضوعات والمشكلات والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والفكرية والأدبية والفنية ، تقدم له من المواد العلمية ما يمده بزاد لا ينضب ، بحيث تصبح مشكلته فى الاختيار فيما بينها وليس البحث عنها . وتكاد قيمة الموضوع لا تكمن فى حد ذاته بقدر ما تكمن فى أسلوب معالجته إذاعيًا . ولا شك أن الإذاعى الذى يعيش فى دولة ديمقراطية يملك من مصادر المعلومات والموضوعات والمعارف ، وإمكانية الوصول إليها ،

مالا يتمتع به زميله الذى يعانى من وطأة القيود والمحاذير الرقابية فى دولة شمولية ، خاصة فى مجال تغطية الأحداث والأخبار السياسية ، والشخصيات المرتبطة بها .

والأستديو ليس سوى المصب الذى تتدفق عنده الموضوعات والتحقيقات والحوارات والأحاديث ، لكنه ليس الموقع الأساسى الذى يمارس فيه الإذاعى عمله ، إذ عليه أن يتحرك وسط التجمعات الجماهيرية مثل المدارس والمستشفيات والهيئات والمصالح الحكومية والمؤسسات والشركات والمحال والأسواق والمسارح ودور السينما ، وكذلك وسط الأحداث الشعبية مثل الانتخابات والمظاهرات والاضرابات ، أو الأحداث الرسمية مثل المؤتمرات والندوات والمهرجانات ... إلخ . وعليه أن يوازن دائمًا بين التوجهات الرسمية والتيارات الشعبية ، حتى لا يجد نفسه فى مواجهة مع السلطة هو فى غنى عنها أو يتحول إلى مجرد بوق لها ، فهو لا يمثل سلطة أو حزبًا أو تيارًا شعبيًا معينًا ، بل يمثل الأمة كلها ، ولذلك تحرص الإذاعات العريقة على أن تمثل ضمير أمتها وتجسد نبضها .

والمصادر التى يستقى منها المعد الإذاعى أفكار برامجه تتراوح - كما سبق القول - بين قراءة الكتب والإصدارات المختلفة وبين قراءة الحياة والسلوكيات الإنسانية ، وعليه أن يتبحر ويغوص فى أعماق هذه المصادر حتى يستخرج منها كل ما يفيد موضوعه ، مثل الكتب والأشخاص الذين لهم دراية متنوعة بالموضوع ، سواء بشكل مباشر وحميم أو غير ذلك ، والانتقال إلى الأماكن والمواقع التى لها علاقة أو صلة أو دلالة خاصة به . وعليه أن يقوم بهذه الخطوات والإجراءات فى زمن يناسب ميعاد إذاعة البرنامج ، فلا توجد إذاعة تجرؤ على تأجيل أحد برامجها لأن المعد لم يستطع أن ينجزه فى الوقت المناسب . وهو

يستخدم فى هذا ، جهاز التسجيل ، أو القلم إذا كانت هناك مشاهد غير كلامية يريد تسجيلها ، بحيث يحاول أن يحصل على أكبر قدر ممكن من المادة العلمية التى تتيح له حرية الاختيار والتنسيق والتنويع بين الحديث والحوار والسرد والتعليق ... إلخ ، مما يجعل إيقاع الحلقة جذابًا ، ومتنوعًا ، وطاردًا للرتابة والملل.

ولكى لا يفقد معد البرنامج معالم طريقه وسط حشد المعلومات التى حصل عليها ، لابد أن يرسم فى ذهنه خريطة مبدئية له تكون بمثابة بوصلة هادية له فى مساراته ، وتلزمه بعدم الخروج عن صلب الموضوع حتى لا يفقد شخصيته المتميزة . وعليه أن يضع فى اعتباره كل العقبات التى يمكن أن تطرأ على خطواته فى أثناء جمع المادة ، كأن يرفض البعض الإدلاء بأقواله ، أو يمنعه البعض الآخر من الاطلاع على مصادر مهمة ... إلخ ، فإذا لم يكن قادرًا على استيعاب هذه العوائق والصعوبات وتجاوزها ، فلابد أن تكون لديه بدائل جاهزة لحل المشكلات الطارئة . فمثلاً إذا ذهب إلى موقع الحدث لمقابلة شخصية وعدته بحوار ، لكنها تخلت عنه ولم تف بوعدها ، فإن حسه الإذاعى يمكن أن يرشده إلى شخصيات غيرها فى الموقع يمكن أن تدلى بأحاديث أكثر تشويقًا وإثارة . صحيح أن معد البرنامج يقدم على مصادر مادته العلمية بتصور مسبق فى ذهنه ، لكن هذا التصور لا يشكل قيدًا على تحركاته عندما يكتشف زوايا وأبعادًا أخرى لموضوعه لم تخطر بباله . عندئذ عليه أن يشرع فورًا فى اقتناص المصادر المستجدة وتوظيفها بقدر الإمكان .

ويعتبر اجراء اللقاءات والحوارات من أهم العناصر التى تنهض عليها البرامج الإذاعية والتى استمدت تقاليدها من الحوارات الصحفية السابقة عليها . وإن كان المحاور الإذاعى يملك ميزة اجراء ما يشبه «البروفا» مع ضيفه قبل التسجيل بحيث يتم الاتفاق بينهما على النقاط الرئيسية التى تحدد مجرى

الحوار ، ذلك فإن الضيف لا يستطيع أن ينكر ما أدلى به لأن التسجيل شاهد عليه . أما المحاور الصحفى فقد يرفض ضيفه التسجيل الصوتى للحوار فيضطر إلى استخدام القلم ، مما يتيح الفرصة بعد ذلك للضيف كى ينكر ويسحب ما قاله إذا وجد صداه عند الجمهور على عكس ما يتوقع . كما يمكن أن يكون وقت الضيف ضيقًا ، بحيث لا يسمح بإعداد مسبق للحوار ، مما يحتم على المحاور أن يستنفر كل مواهبه وقواه ، لكى يستخرج من ضيفه كل ما يمكنه من أفكار بل وأسرار إذا أمكن ، فى مثل هذا الوقت الضيق .

وسواء فى الحوار الصحفى أو الإذاعى ، ينبغى على المحاور أن يكون على دراية بإمكانات ضيفه وأبعاد موضوعه فى الوقت نفسه . فلكل من الموضوع والضيف مفاتيحه التى يجب أن يكتشفها ويمسك بها فى إدارته للحوار حتى لا يدخل فى متاهات جانبية أو طرق مسدودة أو دوائر مفرغة ، وحتى لا يسبب مللاً أو حرجًا أو ضيقًا أو استفزازًا للضيف . ولذلك فإن تصميم الأسئلة أو التساؤلات أو التعقيبات وترتيبها وتناسقها فى سياق متناغم مريح ، كفيل بأن يفضى الضيف بأفضل ما عنده . فهناك أسئلة مباشرة ، وهى أسهل أنواع الأسئلة ، وأسئلة غير مباشرة تجمع بين الدبلوماسية ، والمناورة الذكية ، والتساؤل الرقيق ، والتعجب الذى يمكن أن ينتج إجابة جديدة لم تكن متوقعة . وربما استحدث المحاور أنماطًا أخرى من التساؤلات مستقاة من خصوصية السياق الحوارى نفسه . لكن القاعدة الأساسية تؤكد على أن هناك بونًا شاسعًا بين الحوار والاستجواب الذى ينهض على السؤال والجواب المباشرين بهدف استخراج الحقيقة من المستجوب بأسرع ما يمكن . فالحوار تجاوب وتفاعل وأخذ وعطاء وليس استجوابًا فى انتظار إجابات محددة ، لأن الحوار لا يهدف إلى مثل هذه الإجابات المتوقعة بطريقة مسبقة ، فهدفه هو تنوير الجماهير بشأن جوانب موضوعه وأبعاده ، بصرف النظر عن المسارات التى سيشقها فى طريقه إلى هذا التنوير .

وتلعب الحالة النفسية للمحاور ، والتعبيرات التى ترتسم على وجهه ، والحركات والانفعالات التى تتسم بها جلسته أو وقفته أمام الضيف ، دورًا غير مباشر ، قد يؤثر على الضيف بالسلب أو الإيجاب . فمن الطبيعى مثلاً ، ألا يستريح الضيف لمحاوره إذا كانت حركاته عصبية أو أسئلته مستفزة ، ذلك أن هذه الحالة النفسية المتوترة سرعان ما تنتقل عدواها إليه ، فتؤثر على شكل إجاباته وبالتالى مضمونها ، وربما أوقف الحوار مقررًا عدم نشره . من هنا كانت ضرورة أن يتحلى المحاور بالحُلم واليقظة والرقة والعذوبة واللماحية والمبادرة ، واقتناص بوادر الإجابات غير المتوقعة التى تلوح فى الأفق ، دون أن يشعر الضيف بأن محاوره يقوم باستجوابه . وربما لجأ المحاور إلى الأسئلة المستفزة إذا كان ضيفه من النوع الذى يحب المواجهة والتصدى والتحدى . أى أن كل ضيف يمثل حالة خاصة جدًا ، بالإضافة إلى خصوصية الموضوع بطبيعة الحال . أما المحاور الذى يكتفى بالقاء الأسئلة المعدة مسبقًا فى انتظار إجابات الضيف عنها ، فلن يخرج من الحوار بومضات فكرية وإنسانية يمكن أن تشد المتلقى إليها وتثير فكره . وفى هذه الحالة تتحول حوارات مثل هذا المحاور إلى أنماط ثابتة تكاد تكون تحصيل حاصل ، إذا لم يتفضل الضيف نفسه بكشف بعض اللمحات أو الومضات المثيرة .

ومن الطبيعى أن يكون الضيف من أهل العلم أو الاختصاص أو الذين مروا بالتجربة أو المشكلة موضوع الحوار ، أى من يملك العلم أو المعرفة النظرية أو التجربة العملية أو المشكلة الميدانية ، ويستطيع أن يفتح نافذة المعلومات على القارىء أو المستمع ، بشرط أن يمنهج المحاور هذه المعلومات حتى تتبلور بسهولة فى ذهنه ، دون تشتيت أو تشويه أو جهد غير عادى لمحاولة الإلمام بأبعاده واستيعابها . ولذلك فإن كل الشخصيات تستوى أمام المحاور طالما أنها تملك

المعلومات المفيدة لتنوير جوانب الموضوع ودلالاته المختلفة فلا فرق بين شخصية مشهورة من كبار المسئولين الحكوميين أو الخبراء المتخصصين وبين شخصية مغمورة من بسطاء المواطنين العاديين خاصة إذا كان الحوار يستدعى الالتقاء بشخصيات متعددة ومتنوعة وليس قاصرًا على شخصية واحدة .

ومن الطبيعى أن يكون موضوع الحوار الذى يمس قطاعًا عريضًا من الجماهير ، فى مصالحها وحياتها اليومية ، موضوعًا جذابًا وحيويًا . هنا تكمن قدرة المحاور على التقاط مثل هذه الموضوعات أما الموضوعات المتخصصة فمجالها البرامج المتخصصة ، خاصة البرامج الموجهة للصفوة والنخبة . والمحاور فيها ليس فى حاجة لشرح المصطلحات الفنية الدقيقة التى تتجنبها الحوارات العادية بقدر الإمكان ، لصعوبة استيعابها على المتلقى العادى ، وإذا كان لابد من ذكرها فمن الضرورى أن يشرحها الضيف أو المحاور . فقد تم اختيار هذا الضيف بحكم تمكنه من جوانب الموضوع المطروح للحوار ، أو على الأقل أحد جوانبه ، ومن هنا كانت مطالبته بشرح كل ما يستغلق على المستمع . ويعد الحوار واحدًا من أهم التسجيلات الصوتية التى يمكن أن تذاع مسجلة كما هى أو بعد تنسيقها بالمونتاج ، كما يمكن أن تستخدم كمادة علمية لنص البرنامج . وإذاعة التسجيل الصوتى للحوار تحتم على الجانب المطروح للحوار أن يكون مركزًا ومكثفًا وعميقًا ومباشرًا ، حتى يوصل أكبر كم ممكن من المعلومات المفيدة إلى المستمع فى أقل وقت ممكن ، مما يمنح البرنامج قوة دفع كبيرة . أما إذا كان البرنامج يعتمد على الحوار من أوله لآخره ، فلابد أن يكون الحوار متنوع الإيقاع ، وشاملاً لكل جوانب الموضوع ، ويمكن أن تقطعه بعض الفقرات الموسيقية أو الدرامية أو أى نوع آخر من التسجيلات التى تدلل على كلام الضيف ، وتقلل من رتابة البرنامج التى قد يتسبب فيها التتابع الآلى للأسئلة والإجابات .

ومن البديهى بعد الانتهاء من جمع مادة الحلقة ، أن تخضع هذه المادة لعملية فحص ومراجعة وتقويم ، بهدف تنسيقها والتأكد من مستواها الفكرى والعلمى ، كمًا وكيفًا ، مع حذف أية تفاصيل أو جزئيات لا تضيف كثيرًا إلى الموضوع الأساسى للحلقة ، حتى تمتلك من الاتساق والتدفق وقوة الدفع ما يمنحها شخصية متميزة وبالتالى مؤثرة فى المستمع ومقنعة له . وهذا المبدأ ينطبق على كل برامج الراديو دون استثناء . فلابد من التخلص من أية ثغرة أو خلخلة أو خلل فى أية حلقة قبل إذاعتها . وإذا أيقن معد البرنامج بحسه الإذاعى وجود هذه السلبيات ، فإنه يسرع إلى تلافيها بالمزيد من القراءات أو الدراسات أو الحوارات قبل إذاعتها ، خاصة إذا كانت المعلومات أو البيانات التى حصل عليها قديمة أو غير كافية ، وفى إمكانه أن يحصل على أحدث منها وأكثر دقة واكتمالاً . ولذلك كان من الضرورى أن يضع عامل الوقت فى اعتباره دائمًا ، حتى يستطيع تقديم الحلقة بالصورة التى ينشدها فى الوقت المحدد لإذاعتها .

والإعداد الإذاعى عملية معقدة ومتشابكة لأنها تحتوى على خطوات عديدة ومتتابعة فى سياق يبدأ بعملية جمع مادة البرنامج ، وتحديد عناصرها الجوهرية التى سينهض عليها الموضوع ، ثم تنقيتها من كل الشوائب والزوائد التى يمكن أن تكون عالة عليها ، مع إجراء المونتاج اللازم للقاءات والحوارات والصور الصوتية والمسامع التى ستتضمنها الحلقة . وبعد وضوح الصورة النهائية التى ستتخذها الحلقة سواء من المادة المسجلة كتابةً ، أو الحوارات المسجلة صوتًا ، يشرع معد البرنامج فى كتابة النص ، واضعًا فى اعتباره تنسيق المادة المجموعة وتصنيفها إلى ملامح وخطوط رئيسية تمثل سياق الحلقة الذى يجب أن يتميز بالاتساق والتناغم والمنطق الذى يربط موضوعيًا وسببيًا بين كل فقرة والفقرة التالية لها . ذلك أن الصياغة الإذاعية المحكمة كفيلة بربط المستمع بالحلقة من أول لحظة

إلى آخر لحظة فيها ، وهى تشمل كل عناصر البرنامج بما فيها المواد الغنائية ، والمسامع الموسيقية ، والمؤثرات الصوتية إذا كانت مطلوبة ، ومواد الربط بين فقرات الحلقة ، وكذلك مقدمة البرنامج وخاتمته . ويجب أن يكون لمعد البرنامج رأى فى نوعية هذه المواد والمسامع ومواد الربط ، فلا يتركها تمامًا للموسيقيين أو مهندسى الصوت ، لأنهم لا يملكون درايته الشاملة بطبيعة البرنامج ودلالاته التى تبدأ منذ أن كان مجرد فكرة فى ذهنه إلى أن بلغ مرحلة اكتماله وإذاعته على جمهور المستمعين .

هذا هو المنهج الذى تتبعه كل برامج التغطية الخبرية والتحليلية ، لأنه ينطبق سواء على برامج الأخبار المعتادة وفى مقدمتها النشرة التفصيلية أو الموجز والتعليق وتحليلات الخبراء والمختصين ، أو على البرامج الأخرى التى تتخذ من قضايا الحياة اليومية ومشكلاتها وسلبياتها وإيجابياتها ومفارقاتها ، مادة لها . ولعل الفارق الوحيد بين هذين النوعين من البرامج أن برامج الأخبار ونشراتها تتعامل مع مادة ملحة وراهنة بل ولحظية ، ولا تحتمل التأجيل بل لابد من إذاعتها فورًا والتعليق عليها وتحليلها ، لتغطية الأحداث التى يمر بها المجتمع العالمى المعاصر والمجتمع المحلى الاقليمى بسرعة وكفاءة قد تصل إلى حد التغطية اللحظية ، فى حين أن برامج القضايا والمشكلات والسلبيات والإيجابيات والمفارقات ، تستقى أخبارها من هذه المواد ، وإن لم تكن ملحة ولحظية . فالأخبار يمكن أن ترد من الماضى كما ترد من الحاضر الراهن ، وكلها قابلة للدراسة والتحليل والتفسير والتوجيه والتنوير ، بحثًا عن رؤية موضوعية للعالم والعصر . وأحيانًا يرد فى نشرة الأخبار خبر عن اكتشاف أثر مهم قد يكون سببًا فى تغيير أو تعديل بعض النظريات العلمية الراهنة . ذلك أن التغطية الإخبارية والتحليلية لا تفرق بين الماضى والحاضر والمستقبل ، فهى منظومة

متصلة ، وسلسلة متتابعة من الأسباب والنتائج عبر الزمن . فهى تعيد اكتشاف الماضى فى أضواء معاصرة ، والإخبار بالحاضر وتحليله بهدف إدراكه واستيعاب أبعاده ، واستشراف آفاق المستقبل لتلمس ملامحه والمسارات الفعلية نحوه . ولذلك تحرص الإذاعات العريقة والراسخة على أن تكون كل برامجها منظومة متكاملة ومتناغمة ، تغطى كل جوانب الحياة ، فيشعر المستمع بأنها طاقة نور تضىء له حياته ، وتدعم وعيه ، وتساعده على اختيار الخطوات المناسبة فى السبل الصحيحة .

لكن نشاط الراديو ليس قاصرًا على التغطية الإخبارية والتحليلية ، بل يمتد أيضًا ليغطى الإبداع الفنى ممثلاً فى البرامج شبه الدرامية التى تستعين بالتأليف الدرامى والتمثيل والإخراج بين فقراتها ، أو فى البرامج الدرامية البحتة مثل التمثيليات والمسلسلات التى توظف كل أدوات الإبداع الدرامى المتاحة من خلال الصوت الذى يواجه فنانى الدراما الإذاعية ، من مؤلفين وممثلين ومخرجين ، بتحديات لا تحبطهم بل تشعل شرارة الإبداع لديهم ، وتجعل خيالهم يتوهج لينتقل إلى المستمع بلا صورة مرئية ، بل من خلال صورة خيالية يعيد المستمع رسمها فى مخيلته ، لتتحول إلى تجربة نفسية ممتعة ، ومثيرة ، ومضيئة . وبذلك يقوم الراديو بدور الصحافة الفنية التى اعتادت نشر المسلسلات الروائية ، والقصص القصيرة ، والقصائد الشعرية ، لأن العمل الصحفى ليس مجرد تغطية إخبارية وتحليلية ، بل هو جماع للمعرفة الإنسانية وتوصيلها للخاصة والعامة ، عبر أكثر الوسائل انتشارًا وسلاسة . ولا شك فإن الإبداع الأدبى والدرامى عبر التاريخ ، كان فى مقدمة الأدوات التى استخدمتها هذه المعرفة فى فهم أبعاد النفس البشرية ، وسبر أغوارها المعتمة ، وإلقاء الأضواء الفاحصة عليها . وكانت الصحف رائدة فى هذا المجال ، ثم أعقبها الراديو وبعده التليفزيون .

ولكى تكتمل صورة العمل الصحفى المسموع ، كان لابد من إلقاء الأضواء التحليلية على أصول الدراما الإذاعية لبلورة الدور الذى تقوم به وأبعاده وآفاقه . فإذا كان مجال التغطية الإخبارية والتحليلية هو الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية والتكنولوجية والعلمية ، وآثارها المباشرة وغير المباشرة على الفرد ، فإن مجال الدراما الإذاعية هو دهاليز النفس البشرية بكل آمالها وآلامها ، بكل تطلعاتها وإحباطاتها ، وأثر العلاقات الإنسانية عليها ، سواء بالسلب أو بالإيجاب ، من خلال نسيج متشابك ومعقد ، قد تتعامل معه التغطية الإخبارية بأسلوبها التحليلى والتقريرى المباشر ، لكنه أسلوب يظل مقصورًا على التعامل مع عقل المستمع وفكره ، وعاجزًا عن التوغل فى وجدانه وإعادة تشكيله وصياغته . هنا تصول الدراما الإذاعية وتجول ، ضاربة على أوتار الوجدان والانفعال والعاطفة داخل المستمع ، فتمنحه تجربة سيكلوجية تجمع بين الإثارة الممتعة والتنوير المرهف ، فيصبح أكثر وعيًا ، ليس بالآخرين فحسب ، بل بنفسه أيضًا . ومن المعروف أن معرفة العالم تبدأ بمعرفة النفس . ومن هنا كانت الدراما الإذاعية رفيق درب للتغطية الإخبارية التحليلية ، لأن المعرفة الإنسانية المتكاملة ، منظومة لا تتجزأ . وهو التقليد الذى رسخه العمل الصحفى المسموع منذ بداياته المبكرة .

الفصل الثالث

أصول الدراما الإذاعية

كان خروج الدراما الإذاعية من معطف العمل الصحفى المسموع سببًا فى عدم حماس كبار الأدباء للكتابة للراديو . فقد اعتقد معظمهم أن أثر الدراما الإذاعية ينتهى بانتهاء إذاعتها ، وحتى إذا تركت أثرًا فى المستمع فإنه لا يستطيع الرجوع إليها ، إلا إذا قام بتسجيلها بمحض الصدفة ، فهى أشبه بالكتابة الصحفية التى ينتهى تأثيرها بمرور اليوم الذى نشرت فيه ، لأنها تعالج المشكلات الاجتماعية الآنية والسلوكيات الإنسانية العابرة التى سرعان ما تتغير وتتبدل إلى مشكلات وسلوكيات أخرى ، مثلها فى ذلك مثل التغطية الصحفية لمثل هذه القضايا ، وإن كان بأسلوب درامى جذاب . لكن الهدف فى النهاية واحد بالنسبة لكل من الدراما الإذاعية والتغطية الصحفية . أى أنها لا ترقى إلى مستوى الأدب الإنسانى الخالد الذى استطاع أن يبلور ثوابت النفس البشرية وتفاعلها مع المتغيرات الاجتماعية دون أن تجرفه هذه المتغيرات بعيدًا عن جوهر هذه الثوابت . كذلك فإن المستمعين لا يأخذون الدراما الإذاعية بجدية ، ولا يتابعونها بالتركيز العقلى والوجدانى الذى يمارسونه فى مواجهة عرض مسرحى أو فيلم سينمائى ، أو قراءة رواية أو ديوان شعر . فالراديو يذيعها وهم يتناولون الطعام ، أو يتصفحون جريدة ، أو يتبادلون الحديث ، أو يتثاءبون أو يسترخون من اجهاد العمل اليومى ، أو يمارسون عملاً يدويًا ... إلخ . وبالتالى من النادر أن تكون الدراما الإذاعية عملاً أدبيًا رفيعًا يقبل عليه كبار الأدباء بحماس ملحوظ .

ومن ناحية أخرى فإن كتاب الدراما الإذاعية يخضعون ، فى معظم الأحيان ، للاستراتيجية الفكرية العامة التى تتبعها محطات الراديو ، التجارية أو الرسمية على حد سواء . فلا يملك الكاتب الإذاعى أن يؤلف دراما يهاجم فيها جشع التجار والمؤسسات الرأسمالية التى تمد المحطة بدعم كبير مقابل إذاعة إعلاناتها ، أو يكتب تمثيلية تنادى بالحرية والديمقراطية فى محطة تابعة لنظام شمولى وديكتاتورى . فالمحطة التى لا تعانى من الضغوط السياسية تقع تحت طائلة الضغوط الاقتصادية ، والعكس صحيح ، وهناك محطات أخرى تعانى من كليهما فى آن واحد ، بحيث لا تتبقى فرص حقيقية لأى إبداع أدبى مرموق . ذلك أن الرقيب هو السيد المطاع لسبب أو لآخر .

ويبدو أن المسئولين المتحمسين لرسالة الراديو قد أدركوا هذه الحقيقة ، فحاولوا دفع الدراما الإذاعية إلى مقدمة البرامج ، وذلك بالاستعانة بالإعداد الإذاعى للأعمال الأدبية الشامخة التى شكلت الملامح المميزة للأدب العالمى ، والتى لا يستطيع أى رقيب أن يعوق تقديمها ، كى لا يتهم بالجهل والسطحية والسوقية ، وإن كان بالمرصاد لأية إسقاطات على أوضاع معاصرة ، يدركها المستمع جيدًا لأنه يعيشها . ومع ذلك ساهمت الدراما الإذاعية – ولا تزال – فى تعريف المستمع الذى لا يقرأ ، بقمم الأعمال الكلاسيكية ابتداء من هوميروس ودانتى وشكسبير وكورنى وراسين وديكنز وتولستوى وجيته ، وانتهاء بالأعمال المعاصرة التى لا يزال الكتاب عاجزًا عن نقلها بين الجماهير العريضة التى لا تعرف القراءة أو التى لا تميل إليها أو التى لا تجيدها . وبالطبع ساعد الإخراج الإذاعى المتقن بموسيقاه المعبرة ، ومؤثراته الصوتية ، وأجوائه الموحية والمثيرة لخيال المستمع ، وأداء الممثلين المتمكنين من طبقات أصواتهم ، فى تحويل هذه الأعمال الرفيعة إلى دراما إذاعية ممتعة وتكاد تكون شعبية .

وقد شجع هذا الاتجاه ، بعض الأدباء الكبار للكتابة للراديو من أمثال الأديب الأمريكى أرشيبالد ماكليش الذى كتب خصيصًا للراديو ثلاثة أعمال درامية هى «سقوط المدينة» عام ١٩٣٧ ، و «غارة جوية» عام ١٩٣٨ ، و «حديث الولايات» عام ١٩٤١، ونورمان كوروين الذى ابتكر نوعًا جديدًا من المسرحيات الإذاعية ابتداء من عام ١٩٤٩، جمع فيها بين عمق المسرح وجديته وبين شعبية الراديو وجاذبيته ، وآرش أوبلر الذى كتب أربع عشرة مسرحية للراديو فى عام ١٩٤٠ . ثم توالت أعمال أورسون ويلز ، وبيرل باك ، وستيفن بينيه ، وآلان لوماكس ، وتوماس وولف وغيرهم فقد أدرك الأدباء فى أثناء الحرب العالمية الثانية عجز المسرح أو الرواية أو السينما عن توصيل رسالتهم الفكرية والإنسانية ، بالانتشار الجماهيرى الذى يستطيعه الراديو . ذلك أن ظروف الطوارىء والغارات الجوية لم تكن تسمح بحياة مسرحية أو سينمائية أو أدبية مستقرة ، كما أن ارتباط الناس بالراديو فى بيوتهم ومواقعهم لمعرفة آخر تطورات المعارك ، جعل من الراديو أداة التوصيل الأولى التى يمكن أن يستغلها الأدباء فى التواجد على الساحة ، حتى يكون لهم دور إيجابى فى تلك المرحلة المصيرية التى تمر بها شعوبهم . لكن طبيعة المرحلة فى النهاية غلبت الجانب الإعلامى بل والدعائى على العنصر الإبداعى الذى يتميز بالعمق ويحتاج إلى تأمل لا تتيحه ظروف الحرب اللاهثة . ولذلك بانتهاء الحرب تناقص عدد الأدباء المتحمسين للكتابة للراديو ، وعاد المسرح والسينما والكتاب للإمساك بزمام الأمور فى توصيل الإبداع الدرامى بصفة عامة .

ولم يكن التليفزيون أوفر حظًا من الراديو فى جذب كبار الأدباء للكتابة لهما ، مما اضطرهما إلى الاعتماد على الكتاب المحترفين الذين تخصصوا فى مجاليهما . لكن لم يمانع كبار الكتاب فى تحويل رواياتهم وقصصهم ومسرحياتهم

إلى أعمال درامية إذاعية ، طالما أنها نشرت فى كتب أولاً ، مثلها فى ذلك مثل الروايات والقصص والمسرحيات التى تحولت إلى أفلام سينمائية أو تليفزيونية . فلا تزال علاقة الأديب بالكتاب حميمة للغاية ، إذ يعتبره أنه شهادة ميلاد رسمية لعمله الأدبى الذى يمكن أن يُعد لأية وسيلة إعلامية أو فنية حتى يصل إلى الجماهير العريضة ، لكن قيمته الأصلية تظل محفوظة فى الكتاب ، حتى لو وقع أى تحريف له فى الإعداد .

ويبدو أن سبب عدم حماس معظم الأدباء للكتابة للراديو ، أنهم لم يتمرسوا بتقنياته ، ولو استشرفوا آفاق المستقبل ، لأدركوا أن الثورة التكنولوجية والإلكترونية المعاصرة قد أحدثت تطورات مذهلة فى مجال الراديو والتليفزيون بحيث استوليا على معظم الوقت الذى كان مكرسًا للكتاب فى الماضى . وكما تعلم الأدباء فى الماضى كيفية توظيف تقنيات المسرح عندما كتبوا له ، وفى مرحلة حديثة تحمس بعضهم لدراسة تقنيات السينما والإبداع الدرامى فى مجال السيناريو السينمائى ، فإنهم مع الأيام سيخوضون غمار التأليف للراديو والتليفزيون اللذين فى استطاعتهما توصيلهم إلى فئات وقطاعات لم تكن أبدًا من قرائهم . خاصة بعد أن انجرف المسرح والسينما فى تيار الإبهار التكنولوجى ، والحيل الإلكترونية ، واستعراض المخرج لعضلاته ، فتراجع النص إلى الخلف ، وأصبح فى أحيان كثيرة مجرد مشجب أو حبل ممدود كى تعلق عليه فقرات العرض وعناصره المبهرة . وبالتالى تراجع دور المؤلف المبدع لأن نصه الأدبى والدرامى لم يعد «النوتة» الموسيقية التى يلتزم بها المايسترو والعازفون ، فقد أصبح الآن من المعتاد الخروج عنها ، والارتجال ، وإضافة حليات وزخارف جذابة للجمهور وإن لم تكن ذات وظيفة حيوية فى العمل . ولا شك أن ممارسة الأدباء لتقنيات الكتابة للدراما الإذاعية والتليفزيونية ، ستفتح لهم آفاقًا جديدة للتواجد داخل جماهيرهم

بعد أن ضاقت بهم الآفاق القديمة . والأداة الإعلامية ، أيا كانت ، هى مجرد وسيلة للتوصيل ، يستوى فى ذلك الكتاب ، والصحيفة ، والسينما ، والراديو ، والتليفزيون ، وتبقى العبرة ، ليست بالأداة نفسها ، ولكن بأسلوب استخدامها وتوظيفها على أفضل وجه . والأديب المواكب لعصره ، هو الذى يستوعب إنجازاته التكنولوجية ويستخدمها فى الوصول إلى جمهوره الفعلى أو المرتقب .

وتكمن أصول الدراما الإذاعية وتقنياتها فى أنها فن يعتمد فى وصوله إلى المستمعين ، على الصوت ، سواءً أكان صوتًا بشريًا أم لحنًا موسيقيًا أم أى نوع من المؤثرات الصوتية . ولذلك فهو فن صعب لأنه لا يتيح للمؤلف إمكانات متعددة للتعبير ، وفى الوقت نفسه يفرض عليه توصيل العمل الدرامى بكل أبعاده إلى المستمعين . لكن هذا التحدى يشكل متعة للكاتب المتمكن من أصول الدراما الإذاعية فى حين يمثل عقبة فى سبيل الكاتب الذى يعجز عن توظيف الصوت فى التوصيل الكامل لما يريده من عمله الدرامى . فهو متعة للكاتب المتمكن لأنه يفتح له آفاقًا غير متاحة للدراما المسرحية أو السينمائية أو التليفزيونية التى تقيد المشاهد بعناصر الصورة المرئية أمامه والمحددة بالكادر الذى لا يمكن تجاوز إطاره ، أى أن عنصر الفرجة والمتابعة يغلب على عنصر التأمل والخيال .

أما الدراما الإذاعية فتستخدم الصوت البشرى والموسيقى والمؤثرات الصوتية كعوامل لإثارة خيال المستمع الذى يشارك المؤلف فى تخيل المناظر والمواقف والشخصيات المتتابعة من واقع تجاربه وخبراته الشخصية . أى أنه يتصور الشخصيات مثلاً على نمط شخصيات مشابهة ، عرفها فى حياته ، وبالتالى تتحول الدراما الإذاعية عنده إلى نوع من التجربة الذاتية الحميمة . أما فى الدراما المسرحية أو السينمائية أو التليفزيونية ، فيتقيد المتفرج بالشخصيات والمشاهد

التى يشارك فى تشكيلها المرئى ، المؤلف والمخرج والممثل ومهندسو المناظر والملابس والإضاءة ، ونادرًا ما تذكره بشخصيات أو مشاهد خبرها بنفسه ، وخاصة أن العين منهمكة فى المتابعة ، بالإضافة إلى الأذن التى تأتى فى المرتبة التالية للعين ، وذلك لسرعة التقاط الحركة بالعين قبل التقاط الأذن للكلمة التى لا يتم إدراكها إلا بعد استيعابها وفهمها ؛ فى حين أن الأذن التى تشكل الأداة أو الحاسة الوحيدة لتلقى الدراما الإذاعية ، هى فى الوقت نفسه نافذة لإعمال البصيرة والرؤية التخيلية التى تتيح للمستمع أن ينطلق إلى آفاق قد يعجز عنها أى إنتاج مسرحى أو سينمائى أو تليفزيونى .

وهذه ميزة فنية وإنتاجية تمتلكها الدراما الإذاعية التى لا تعد من الناحية الإنتاجية مكلفة كأنواع الدراما الأخرى . فالمؤلف يمكن أن ينطلق بالمستمع إلى أجواء الفضاء أو إلى أعماق المحيطات أو إلى أية بقعة من بقاع الأرض من خلال تلميح سريع فى الحوار بين الشخصيات ، بالإضافة إلى مؤثرات صوتية توحى بالجو المطلوب . ويكفى أن نذكر للتدليل على هذه الحقيقة ، الدراما الإذاعية الشهيرة التى كتبها وأخرجها أورسون ويلز فى عام ١٩٤٠ بعنوان «نهاية العالم الآن» ، وصور فيها اقتراب كوكب من الفضاء الخارجى من كوكب الأرض بحيث لم تعد هناك سوى ساعات معدودات لفناء الحياة على الأرض . وكانت الدراما محبوكة ومحكمة ومقنعة لدرجة أن الناس فى نيويورك خرجوا لاهثين فى الشارع ، بحثًا عن المخابىء بمجرد الانتهاء من إذاعتها بالراديو . وهى مصداقية فنية قد لا تتأتى للبرامج الإخبارية والتسجيلية ، وتدل فى الوقت نفسه على أن الدراما الإذاعية لها أعمالها الكلاسيكية الرفيعة أيضًا ، التى تذكر وتذاع من حين لآخر لمزيد من الاستمتاع بها . ففيها من الأعمال ما يتجاوز مجرد التغطية الصحفية التى تتخذ من القالب الدرامى المشوق مجرد وسيلة لمعالجة بعض سلبيات

المجتمع العابرة والمؤقتة ، مثلها فى ذلك مثل الروايات والمسرحيات والأفلام التى جسدت آلام النفس البشرية ومخاوفها وآمالها فى مواجهة كل ما يهدد وجودها ، برغم أن مضامينها كانت مستقاة من قضايا ومشكلات عابرة ومؤقتة ، أو هواجس خيالية وغير واقعية . ولا شك أنها إمكانية رائعة ومثيرة أن تحدث الدراما الإذاعية كل هذه الآثار فى نفوس المستمعين ، وهى لا تملك أية أداة لإحداثها سوى الصوت .

أما فى الدراما المسرحية والسينمائية والتليفزيونية ، فلابد من تجسيد كل المشاهد والشخصيات بصورة مرئية ملموسة ، وهذا التجسيد هو الذى يستهلك أكبر قدر ممكن من ميزانية الإنتاج ، إن لم يستهلكها كلها ، فى حين أن إنتاج الدراما الإذاعية ، يقتصر على أجور المؤلف والمخرج والممثلين ومهندسى الصوت ، وتكلفة الاستديو بأجهزته التى يجب أن تكون فى منتهى الكفاءة حتى لا تؤثر بالسلب فى عملية التوصيل المتقنة والمقنعة إلى المستمع . هذا بالإضافة إلى اختيار الممثلين ذوى الأصوات المعبرة والموحية بأبعاد الشخصيات التى تؤديها ، من خلال التدرج بين الطبقات والنبرات المختلفة . فالنجم السينمائى الوسيم ذو الصوت الضعيف ، لا تشفع له وسامته وسحره فى الدراما الإذاعية . بل إن هذا الصوت الضعيف كان السبب فى انتحار جون جلبرت نجم السينما الصامتة ومعبود الجماهير فى عصرها الذهبى ، وذلك عند عرض أول فيلم ناطق له . ففى أفلامه الصامتة ، كانت أدواره تسيل دموع المتفرجين ، وتطلق لآهاتهم وشجونهم العنان ، لكن أول فيلم ناطق له أثار ضحكاتهم لدرجة القهقهة ، ليس لأنه كان فيلمًا كوميديًا بل كان فيلمًا تراجيديًا بمعنى الكلمة ، لكن صوته الضعيف «المسرسع» أحدث مفارقة صارخة بين ما يؤديه وما ينطق به ، فما كان منه سوى أن انتحر بعد ليلة العرض الأولى حتى لا يشهد بعينيه سقوطه من على عرش النجومية .

وهذا يدل على أن الأصوات البشرية لها إمكاناتها التعبيرية التى لا تحد ، بل إن الصوت القوى المعبر بطبقاته العريضة والعميقة كان من أسباب تألق بعض نجوم المسرح والسينما والتليفزيون ، لأنه أضاف أبعادًا جديدة إلى قدراتهم التعبيرية والأدائية ، فعندما يتناغم الأداء الحركى مع الإلقاء الصوتى ، يشعر الممثل أنه بلغ قمة إبداعه . فالصوت قادر على خلق أجواء نفسية وانفعالية ، يمكن أن تستولى تمامًا على المستمع ، ولذلك كان الصوت أداة تعبيرية متكاملة ، استطاعت أن تجعل من الدراما الإذاعية فنًا له أصوله وتقاليده ورواده ونجومه .

من هذه الأصول أن غياب العناصر المرئية من الدراما الإذاعية ، يحتم على المؤلف الإذاعى أن يقلل بقدر الإمكان من عدد الشخصيات التى يقدمها فى عمله الدرامى ، حتى يسهل على المستمعين استيعابها ، وإدراك الفوارق فيما بينها ، وأبعاد الصراع التى تحتويها . وهذا يحتم عليه بالتالى تجنب استخدام الحبكة المعقدة المتشابكة التى تصب فيها أو تنبع منها روافد جانبية متعددة للصراع . وقد أدى هذا بدوره إلى انتشار التمثيليات الإذاعية القصيرة التى تتبع إلى حد كبير تكنيك القصة القصيرة ، لدرجة أن التمثيلية التى تذاع فى حدود نصف ساعة ، أصبحت النموذج الشائع فى معظم محطات الراديو فى العالم . كذلك فإن التمثيلية التى لا تتجاوز عشر دقائق أصبحت شائعة أيضًا ، خاصة فى برامج المنوعات التى تعالج المفارقات الزاخرة بالسخرية والتهكم فى الحياة اليومية ، والتى تشبه إلى حد كبير المقالات أو اللمحات التى تحرص بعض كبريات الصحف على نشرها بصفة منتظمة . أما التمثيليات التى تستمر لمدة ساعة أو أكثر ، فهى أقل شيوعًا ، وتكاد تقتصر على البرامج الثقافية الموجهة للصفوة .

أما المسلسلات الإذاعية فتتراوح الحلقة فيها بين ربع ونصف ساعة على أكثر تقدير . ويحرص المؤلف فيها على وضوح خط الصراع الرئيسى فى كل حلقاتها

حتى لا يضل المستمع طريقه فى متاهات التفاصيل الجانبية التى يمكن أن ترد فقط على سبيل تأكيد هذا الخط الرئيسى لا أن تشتت الاهتمام به والتركيز عليه . كما يحرص بعض المؤلفين على أن تشكل كل حلقة ما يشبه الوحدة المتبلورة التى تمنحها إطارًا متميزًا إلى حد ما ، وإن كان من الضرورى أن تندمج هذه الوحدة فى كل وحدات العمل الدرامى لتشكل فى النهاية بنيته الدرامية الكاملة .

ويمكن للسرد الذى يقوم به راوٍ ، أن يلعب دورًا حيويًا فى الدراما الإذاعية . وقد أثبتت تجارب الروى أو السرد بضمير المتكلم نجاحًا ملحوظًا بفضل ريادة أورسون ويلز وآرش أوبلر وغيرهما فى هذا المجال . ذلك أن هذا السرد يساعد المستمع منذ أول وهلة على الإمساك بالخيوط الرئيسية التى يتشكل منها نسيج الدراما الإذاعية ، فيوثق من علاقته به ، ومن ارتباطه بالعمل الدرامى ككل ، خاصة إذا كان صوت الراوى معبرًا عن نوعية الأحداث الجارية ، ويلعب دورًا عضويًا ، سواء كشاهد عيان يؤكد مصداقية الشخصيات والمواقف ، أو كشخصية منغمسة فى الصراع الذى تدور فيه كل الشخصيات الأخرى . ولذلك يشترط أن يكون الراوى من الممثلين المتمكنين من أساليب الإلقاء الدرامى الزاخر بالنبرات والطبقات والمساحات المتعددة ، وليس من المذيعين التقليديين المتدربين على أساليب الإلقاء التقريرى المحايد والخالى من الانفعالات .

وقبل انتشار التليفزيون ، كانت للدراما الإذاعية شعبية جارفة بين معظم طبقات الشعب . ففى الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً ، تعددت أنواع الدراما الإذاعية ، مثل المسلسلات النهارية التى اشتهرت باسم «أوبرا الصابون» ، والتى تذاع خصيصًا لربات البيوت أو العجائز أو المحالين للمعاش ، وقد استعار التليفزيون بعد ذلك نفس النمط فى مسلسلاته النهارية . وعلى الرغم من أن هذا النوع من المسلسلات الإذاعية يلقى هجومًا حادًا من جمهرة النقاد وصفوة

المثقفين ، لأنه عبارة عن سلسلة لا تنتهى من الأحداث الملفقة والشخصيات المقحمة بدون مبرر منطقى أو درامى ، بالإضافة إلى خلوه من أية قيمة فكرية أو ثقافية رفيعة ، بحيث يشبه إلى حد كبير صحف ومجلات التسلية العابرة التى تصدر لمجرد تزجية وقت الفراغ ، فإنه لا يزال الدراما الإذاعية أو التليفزيونية المفضلة لدى الذين يسعون لتجنب الملل أو الرتابة بطريقة أو بأخرى .

هناك أيضًا مسلسلات الأطفال التى تقابل بنفس الهجوم ، وتتهم بنفس السطحية والتلفيق من كبار النقاد ، ومع ذلك فإن شعبيتها بين الأطفال لا يمكن إنكارها . وهى أداة تربوية فعالة ومثمرة إذا ما أحسن استغلالها ، لأنها تنأى عن التوجيه المباشر الذى غالبًا ما يرفضه الأطفال كنوع من إثبات وجودهم ورأيهم فى مواجهة عالم الكبار وسطوتهم ، وأيضًا فإنها تثير خيالهم ، وتمنحهم متعة انفعالية ، تخرج ما بداخلهم من مكبوتات . ولذلك كانت الصورة أو الرسم فى صحف الأطفال ومجلاتهم أكثر تأثيرًا من الكلمة ، وهو المعيار نفسه الذى ينطبق على مسلسلات الأطفال الإذاعية الزاخرة بالأحداث المثيرة ، والمواقف المتأزمة ، ومغامرات الشخصيات التى لا تهدأ وسط المؤثرات الصوتية والأجواء التى يستشعرها الطفل ويستمتع بها . كل هذا دون كلمات إرشادية مباشرة ، لأن العبرة الأخلاقية متجسدة فى الأحداث والشخصيات والحبكة والحوار من أول لحظة فى الحلقة حتى نهايتها ، بحيث يستوعبها الطفل بطريقة درامية غير مباشرة ، فتعيد صياغة تفكيره وتعديل سلوكه تجاه الآخرين ، بل ويمكن أن يتوحد مع الأبطال الذين يجسدون قيمًا إنسانية رفيعة فى المسلسل .

وهناك أيضًا المسلسلات البوليسية التى تعتمد أساسًا على عنصر التشويق ، وذلك بإشراك المستمع ، بطريقة غير مباشرة ، فى البحث عن سر الجريمة ومحاولة فك طلاسمها . وكلها تؤكد فى النهاية أن الجريمة لا تفيد . وهى

امتداد للروايات البوليسية التى أغرمت الصحف والمجلات بنشرها مسلسلة على حلقات لجذب القارىء وزيادة التوزيع . ونشر معظمها مصورًا برسوم معبرة ، قام بها كبار رسامى الصحف والمجلات ، على شكل صور متتابعة ، والحوار ينطلق من أفواه الشخصيات على هيئة جمل داخل دوائر ، كأنها سيناريو سينمائى . وعلى الرغم من انتشار وشعبية الدراما البوليسية فى الراديو ومن بعده التليفزيون ، فإن المجلات البوليسية المصورة بألوان جذابة وطباعة أنيقة لا تزال لها شعبية جارفة ، خاصة بين المراهقين والشباب الباحث عن التسلية والإثارة ، مما يدل على أن المنظومة الصحفية التى تضم الصحيفة والراديو والتليفزيون لا تزال راسخة ، لأنها لا تنطوى على صراع داخلى بين عناصرها الثلاثة ، فمن يقبل على شراء المجلة ، ليس لديه أى مانع فى أن يتابع دراما إذاعية أو تليفزيونية تبعًا لظروفه الشخصية .

وهناك أيضًا الدراما الغنائية التى يشترك فى إبداعها أساطين التأليف الموسيقى والغناء الأوبرالى أو الشعبى ، وغالبًا ما تكتب الأحداث الدرامية خصيصًا لإبراز البراعة الموسيقية والغنائية للمؤلفين والمغنين ، مما يدل على أن الدراما الإذاعية شكل فنى مرن قادر على استيعاب أشكال متعددة ومختلفة من الإبداع الفنى . وهو مجال تعجز فيه الصحيفة تمامًا عن منافسة الراديو أو التليفزيون . فإذا كانت الصحيفة قادرة على أن تنشر نقدًا وتحليلاً لبعض الأعمال الموسيقية والغنائية ، فإنها لا تستطيع أن تمنح قارئها فرصة الاستماع إلى هذه الأعمال حتى يستوعب المقالات النقدية والتحليلية المنشورة على أفضل وجه . ولذلك فإن العلاقة بين الصحيفة والراديو هى علاقة تكامل وليست علاقة تفاضل ، فالقارىء يستمع إلى العمل الموسيقى أو الغنائى عبر الأثير ثم يقرأ تحليله فى صحيفته . ولذلك يشكل النقد الإذاعى والتليفزيونى بابًا ثابتًا فى معظم الصحف والمجلات .

ولعل الاختبار الحقيقى لحنكة مؤلف الدراما الإذاعية ، يتمثل فى قدرته على الإيحاء للمستمع بما يمكن أن يراه ببصيرته ، دون أن يشعره بأنه يتعمد فعله بهدف جذب انتباهه قسرًا . فمثلاً عندما تشرع شخصية فى الاعتداء بالضرب على شخصية أخرى ، لا يعقل أن تعلن الشخصية المعتدية للمستمع عما تقوم به من فعل . فهناك حيل فى الحوار الإذاعى من شأنها أن تمهد بطريقة طبيعية للغاية لموقف الضرب والتشابك بالأيدى ، بحيث يستشعره المستمع دون سرد أو تصريح مباشر . هذا بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية الكفيلة بخلق الجو العام الموحى بمثل هذا الموقف ، وهى مؤثرات استفادت إلى حد كبير من كل الابتكارات الإلكترونية القادرة على إحداث كل الأصوات الطبيعية والآلية الصادرة عن مختلف المواقف ، بمجرد الضغط على أزرار اللوحة الموجودة أمام مهندس الصوت .

ومع ذلك يظل الحوار الدرامى هو الأداة الرئيسية فى توصيل الدراما الإذاعية إلى المستمع ، بل ربما الوحيدة فى بعض الأحيان ، بحيث يبدو الحوار فى الراديو أكثر أهمية منه فى المسرح برغم اعتباره الأداة الأولى التى يعتمد عليها العرض المسرحى ، وبطبيعة الأمر أكثر أهمية منه فى السينما أو التليفزيون ، لأن الصورة فى كل من المسرح والسينما والتليفزيون تلعب دورًا حيويًا فى التعبير الفنى عن المضمون الفكرى ، لدرجة أن هناك تيارًا جديدًا فى الإخراج المسرحى والسينمائى بل والتليفزيونى ، ينادى بأنه كلما زادت مساحة الصورة والحركة الموحية ، وتقلصت مساحة الحوار والكلمة التقريرية ، ازداد تأثير العمل الفنى فى المشاهد عمقًا ، على أساس أن الصورة تنطبع بشكل أسرع وأعمق من الكلمة فى ذهن المشاهد ، وبالتالى لا يمكن نسيانها بسرعة . وهذا صحيح إلى حد كبير طالما أن الدراما المسرحية والسينمائية والتليفزيونية تتعامل مع البصر

والرؤية العينية ، أما الدراما الإذاعية التى تتعامل مع بصيرة المستمع وقدرته على التخيل ، فالأمر مختلف . فهى تترك للمستمع حرية تشكيل الصورة التى غالبًا ما تتكامل ملامحها فى ذهنه من واقع تجاربه ومرئياته الخاصة به ، وبالتالى تصبح أكثر وأعمق تأثيرًا فى وجدانه من الصور الجاهزة التى يقدمها له المسرح أو السينما أو التليفزيون .

من هنا كانت الأهمية القصوى التى يتمتع بها الحوار الدرامى فى الإبداع الإذاعى . فهو يقوم بمهام فكرية وفنية متعددة ، ولا يقتصر دوره على مجرد الكلمات والجمل التى تنطق بها الشخصيات بالفعل ؛ فهذه الكلمات والجمل يمكن أن تكشف عن طبائع الشخصيات من خلال الإيقاع أو التلوين أو الحصيلة اللغوية أو اللهجة الفصحى أو الدارجة أو العامية ... إلخ ، أى أن الكيف والكم اللذين يتحكمان فى لغة الحوار يبلوران الاختلافات النوعية والجوهرية بين الشخصيات ، بحيث لا تصبح مجرد أدوات للتعبير عن أفكار للمؤلف .

فمن خلال الحوار تتم موازنة الشخصيات فى مواجهة بعضها بعضًا ، ومن ثم يلحظ المستمعون المفارقات أو الفروق فيما بينها ، مما يجعلها أكثر حيوية وتحديدًا دون تدخل مباشر من المؤلف ، ومما يشعل الصراع الرئيسى ويدفعه إلى الأمام مطورًا البناء الدرامى كله . وعلى الرغم من أنه لا يتحتم على المؤلف أن يستخدم فى حواره الألفاظ والتعبيرات التى يستخدمها الناس فى الأحاديث اليومية ، فإن حواره لابد أن يملك من الإقناع الفنى ما يجعل المستمعين يشعرون بأنه حوار منطقى سلس ، ليس فيه تصنع أو افتعال .

وبحكم أن الدراما الإذاعية تعتمد على الصوت فقط كأداة للوصول إلى المستمع ، فإن الحوار فيها لابد أن يوحى بأجواء اجتماعية ونفسية متعددة خصبة ، بحيث يعرى الشخصيات من خلال تيار الشعور واللاشعور عندها ، ويضيف جوًا

طبيعيًا ينبع من واقع الأحداث يوهم المستمع بأنه يتابع الشخصيات والمواقف لحظة بلحظة ، خاصة إذا كان إيقاعها حادًا وسريعًا . فكلما كانت العواطف جامحة ، والمواقف متأزمة ، كانت الكلمات والجمل التى تنطقها الشخصيات ذات إيقاع لاهث ومتقطع ، بل ومهلهل أحيانًا . فالعبرة ليست بالرصانة اللغوية بل بالتعبير الفنى والدرامى عن نوعية الحالة النفسية والفكرية التى تمر بها الشخصية . وبهذا يتخلى الحوار عن البلاغة التقليدية ، والقوالب الكلاسيكية ، ويقترب أكثر من التلقائية التى يتميز بها كلام الناس فى حياتهم اليومية .

وأحيانًا يتطرف بعض كتاب الدراما الإذاعية فى الانقياد وراء بلورة كل تفاصيل المضمون الفكرى ، بحيث يتحول الحوار إلى مجرد أداة توصيل مباشر لدلالات هذ المضمون وجوانبه المتعددة ، فينطوى على فقرات طويلة تحمل فى طياتها مناقشات مستفيضة حول القضية التى تعالجها الدراما ، ولا يهم أن تتوقف الأحداث أو تتجمد الشخصيات . فإذا لم يكن الحوار جذابًا ومثيرًا لوجدان المستمع فإنه سرعان ما ينصرف عن الاستماع والمتابعة . فالحوار هو العنصر الأساسى الذى يحدد موقف المستمع من الدراما كلها ، سواء بالانجذاب إليه أو بالنفور منه . فإذا كانت الحبكة بمواقفها وأحداثها تمثل الهيكل العظمى والعمود الفقرى للدراما الإذاعية ، فالحوار هو اللحم والخلايا والشرايين التى تملأ هذا الهيكل وتمده بالحياة . وعندما تعجز الحبكة عن الانطلاق والتطور ، يبرز دور الحوار لإسعافها وإطلاقها من عقالها ، مما يمنحها قوى دفع جديدة .

ويملك الكاتب الإذاعى نفس إمكانات الكاتب الروائى عندما يلجأ إلى السرد لسد الثغرات والفجوات التى يمكن أن تطرأ على البناء الدرامى فيما بين فقرات الحوار ، أو للتعليق على الأحداث ، وتحليل الشخصيات ، وإلقاء الأضواء على ما يدور بداخلها ، وربط المواقف ببعضها البعض ... إلخ . ولذلك يستعين

بعض كتاب الدراما الإذاعية بشخصية الراوى للقيام بهذه المهمة الحيوية ، وغالبًا ما يقوم بها ممثل كبير ذو إمكانات ومواهب متعددة فى أساليب الإلقاء وذلك بالتلاعب بنبرات الصوت وطبقاته ، ليصبح سرده جزءًا عضويًا من النسيج الدرامى العام ، أو بالأسلوب المحايد فى السرد دون انفعال إذا كان يقوم بدور شاهد عيان ، يضاعف وجوده من مصداقية الأحداث والشخصيات بحكم تواجده فى أثناء وقوعها .

والكاتب الإذاعى المتمرس يحرص على ألا يدخل بحواره فى دائرة مغلقة ، تقترب به من أسلوب النقاش أو الجدل ، أو لغة الحديث اليومى بين الناس ، مما يجعل الشخصيات تهتز ، والأحداث تتعثر ، والمواقف تتشتت ، والسياق يتفكك . فالنقاش والجدل والثرثرة كلها وسائل تخضع لأسلوب الناس المعيشى البحت فى حياتهم اليومية ، أما الحوار الدرامى فلابد أن يمتثل لحتميات الفن ووضعياته حتى يكون ذا أثر وظيفى فى إقامة البناء الدرامى ، وذلك باستغلال عامل التطور الحيوى الذى ينقلنا من حالة إلى أخرى ، ومن موقف إلى موقف ، ثم يصعد بنا إلى قمة الأحداث ، ويهبط بنا إلى حيث نهاية الدراما .

أما النقاش فهو ما يدور فى الحياة اليومية بين شخص وآخر حول موضوع معين ، يخصهما وحدهما ولا يخص أحدًا آخر سواهما ؛ ولذلك تتركز وظيفته فى الوصول إلى تفاهم معين بخصوص هذا الموضوع . ولا يهم كيف يبدأ وكيف ينتهى ؟ ولا يعُنى بالتسلسل المنطقى مادام بحالته البدائية يساعد على تفاهم شخص مع آخر . وربما برزت عوامل نفسية غير متوقعة فى أثناء النقاش قد تؤدى إلى استعمال الأيدى والأرجل لإقناع الطرف الآخر بالقوة ، بعد عجزه عن الإقناع بالمنطق والحجة ؛ أى أن النقاش يخضع لأية عوامل نفسية طارئة تؤثر فى سيره ، وتسلبه التسلسل والتطور اللازمين للتقدم نحو خطوة أخرى والارتباط بموقف

آخر ، فليس له معيار ثابت لأنه يتغير من شخص إلى آخر ، ومن موقف إلى موقف ، ولا يمكن تقنينه ووضع خصائص لمقوماته وعناصره الأساسية .

أما الجدل فيعتمد على إبراز مدى ثقافة المتجادل ، وثقته بنفسه ، ومدى قدرته على إدارة الجدل ، وتوجيه دفته ؛ ليقتنع الآخرون بوجهة نظره . والجدل غالبًا ما يكون حول موضوعات عامة تهم أكثر من شخصين فقط ، وليس الحال كما نجد فى النقاش بين شخصين حول موضوع لا يهم سواهما . ولذلك يبدو للجدل وجهان : أحدهما شخصى ، والآخر عام . وأحيانًا تطغى حمية الجدل على الفهم الواعى بين المتجادلين . فما دامت الحجة تؤدى إلى الحجة ، والبرهان يصل بالمتجادل إلى برهان آخر - فلا يهم مدى مطابقة الجدل للنظرة العلمية العملية إلى المرئيات والماديات والملموسات ؛ أى أن الجدل يكاد يكون هدفًا فى حد ذاته . وهو كثيرًا ما يدور فى حلقة مفرغة ، ويوصف بالعقم ، لأن أطراف الجدل يستمتعون بدحض الحجة بالحجة ، وإبطال البرهان بالبرهان إلى غايات غير محدودة وإن كانت محددة ، وكأنهم فى مباراة فى الذكاء واللماحية وقوة الإقناع وسلامة المنطق ، بصرف النظر عن بلوغ هذه المباراة نتيجة معينة أو استيعاب عام لموضوع محدد ، ولذلك يختلف أسلوب الجدل المنطقى عن الحوار الدرامى اختلافًا جوهريًا .

أما الثرثرة أو الحديث المتبادل بين الناس فى حياتهم اليومية فهو مزيج من النقاش والجدل . ويتوقف استغلال مقومات كل منهما ووسائله على حيثية الموقف ، وتكوين الشخصية ، ولكنه لا يكتسب خاصية التطور بمفهومه العلمى . وإذا كان الحديث اليومى يختلف عن النقاش الذى يرتبط بموقف واحد ، لأنه يتعامل مع كل المواقف التى تمر بالإنسان فى يومه ، إلا أنه لا يتطور ولا يتبلور تمامًا فى منهج فكرى ومنطقى محدد . إنه لا يخضع إلا لتكوين الشخص ، ومدى

ثقافته ، وأسلوب تعامله مع الآخرين ، وبعد نظرته أو قصرها . وربما أثرت عليه ظروف الحياة الخارجية الطارئة التى تضغط على سلوك الأشخاص ، وأسلوب تحاورهم لمدة معينة . وبالطبع لا تخضع لغة التحاور اليومى لأية مقننات أو مقاييس أو معايير تمنحها شخصية موضوعية ذات مقومات وملامح متبلورة .

وإذا كانت عناصر النقاش والجدل والثرثرة مرفوضة بصفة عامة فى الحوارات الصحفية أو الإذاعية التى تدور بين المراسل أو المندوب وبين أهل العلم والاختصاص والخبرة حول موضوع معين ، فإنها مرفوضة من باب أولى فى الحوار الدرامى الذى يختلف اختلافًا جوهريًا عنها ، لأنه يخضع لعنصر التطور الحيوى اللازم لكل كيان عضوى ، بحيث يجعل الدراما الإذاعية جسمًا حيًا متفاعلاً ، ينبض بالحرارة ، ويشتعل بالحركة المادية والنفسية . ولذلك تخضع لغته لحتميات فنية ، منها : الإيقاع والجرس والإيحاء والتطور ، الذى يساعد على تكشف الشخصيات ، والتحام المواقف ، وتدفق الأحداث ، ثم تطور هذه العناصر الثلاثة اللازمة لبناء أية دراما إذاعية حتى نهايتها .

ومهما تعددت استخدامات الحوار على المستوى الصحفى والفكرى والإذاعى والتليفزيونى ، فإن الدراما ستظل الحصن الحصين لفن الحوار بكل أبعاده النفسية ، ودلالاته الاجتماعية ، وإيحاءاته الإنسانية ، وأشكاله الفنية . ويكفى للدلالة على أهمية الدراما للحوار ، وضرورة الحوار للدراما ، أننا لا نستطيع أن نتصور أحدهما بدون الآخر . ومهما تعددت أشكال الدراما فإن الحوار الدرامى قادر على استيعابها بطريقة أو بأخرى ، ومن هنا أصبحت صفة الدراما ملازمة للحوار . ولعل الخصوبة التى تتميز بها اللغة العربية فى المترادفات والاشتقاقات تحدد بصفة قاطعة الفرق بين الحوار كأداة درامية ، والمحاورة كوسيلة صحفية من أجل بث الحيوية فى قنوات توصيل الأفكار إلى الآخرين ، فهى تملك من الحيوية

والانطلاق ما تعجز عنه محاضرة يلقيها إنسان بمفرده ، أو مقال ينشره كاتب ولا يعرف صداه على وجه التحديد عند جمهور القراء .

وقد ترسخت تقاليد الدراما الإذاعية ، بحيث فرضت نفسها على الدراما التليفزيونية التى تلتها على الدرب . وهذه التقاليد ترجع إلى أن تكوين جمهور كل من الراديو والتليفزيون ، يتشابه تشابهًا واضحًا . فهذا الجمهور لا يجتمع فى مكان واحد كجمهور العرض المسرحى أو الفيلم السينمائى ، بل هو مثل جمهور الصحيفة ، موزع على البيوت والأندية وغير ذلك من المقار التى تنتشر فى كل البقاع . وهو جمهور مختلف من حيث العدد بحيث يمكن أن يتراوح بين الملايين وبين العشرات ، ومختلف أيضًا من حيث الطبقات الاجتماعية ، والمستويات الاقتصادية ، والميول والإحباطات والتطلعات ... إلخ . ولذلك من الصعب قياس صدى الأعمال الفنية عند هذا الجمهور المتنوع بدقة ، وإنما يأتى هذا القياس على شكل استبيان بعد إذاعتها . أما التنبؤ مسبقًا بمدى قبول الجماهير لها فأمر صعب إلى حد كبير .

وإذا كان من الممكن لجمهور الراديو أن ينصت إليه وهو يوليه جزءًا من عقله فقط ، إذ يستطيع أن يحرر خطابًا أو يشتغل بالإبرة أو الكى أو القراءة أو القيام بشئون المنزل بصفة عامة ، فإن مشاهد التليفزيون يمكنه أن يفعل ذلك أيضًا ، فلن يفوته الكثير خاصة إذا كان المسلسل التليفزيونى مثلاً بطيئًا ، زاخرًا بالدوائر المفرغة ، وباعثًا على الفتور والملل ، مثل معظم المسلسلات التى عرفت باسم «أوبرا الصابون» . ولعل معظم المؤلفين الإذاعيين أو التليفزيونيين يضعون هذه الحقيقة فى اعتبارهم ، فيبحثون دائمًا عن الحيل والتوابل التى من شأنها أن تجذب انتباه الجمهور باستمرار إلى أعمالهم الدرامية ، وإن كانوا يضعون فى اعتبارهم أيضًا المشاهد الذى نهض إلى المطبخ لصنع كوب من القهوة أو الشاى لنفسه كى يعود به لمتابعة التمثيلية أو المسلسل .

كذلك فإن برنامج التليفزيون كبرنامج الراديو ، يحتم تحديد الوقت الذى يستغرقه ، ومدى قابليته للإخراج فى نطاق ميزانية محددة . كما أن طبيعته العامة لابد أن تكون معروفة مقدمًا . وقد تبدو هذه الشروط قاسية بعض الشىء بالنسبة للكتاب القادمين من المسرح أو السينما . فالمؤلف المسرحى لا يشغل نفسه بعنصر الزمن طالما كان فى الحدود المعقولة ؛ وتستطيع مسرحيته أن تطول حسب مقتضيات الحبكة والبناء الدرامى ، فهو لا يكتب فى حدود فترة زمنية تحسب بالدقيقة الواحدة . أما المؤلف الإذاعى أو التليفزيونى فمقيد بفترة زمنية محددة مسبقًا ولا يمكن تجاوزها ، كما أنه غير مسموح له أن يتقاعس عن شغلها حتى آخر لحظة فيها .

والمؤلف الخبير يمكن أن يضع فى ذهنه تصورًا مبدئيًا للشكل التقريبى الذى سيتخذه العمل الدرامى فى النهاية ، وبالتالى يستطيع أن يقدم العدد المناسب من الشخصيات والمواقف التى ستمر بها ، والمستويات المختلفة للصراع ... إلخ . ذلك أن حسه الدرامى الذى اكتسبه من خبرات طويلة ومتعددة يمكنه من الإحساس بطاقة الإطار الزمنى المتاح على احتواء عناصر مضمونه الفكرى بكل تفاعلاتها المحتملة . فلا يتصور مضمونًا لا يملك قوة دفع كافية لشغل هذا الإطار الزمنى ، أو مضمونًا يحمل فى طياته قوة دفع من الضخامة والتفاعل بحيث يمكن أن تحطم مثل هذا الإطار .

كما تتشابه الدراما الإذاعية والدراما التليفزيونية فى أنهما تستهلكان فى عرض واحد أو عدد ضئيل من العروض ، تمامًا مثل الصحيفة التى تستهلك فى يوم صدورها ، ولا يتبقى منها سوى الأفكار التى علقت بذهن القارىء ، والانفعالات التى ربما تكون قد أثيرت داخله . كما أن الأعداد المهولة لمحطات الراديو والتليفزيون التى تغطى كل أرجاء المعمورة الآن ، فاقت بكثير عدد

المؤسسات الصحفية التى سارع الراسخ منها إلى امتلاك شبكات راديو وتليفزيون حتى لا يجتاحه الطوفان الإعلامى الجديد الذى يبين إلى أى مدى بلغت أزمة البحث عن مضامين ومواد وأعمال درامية يمكن أن تسد هذه الأفواه الفارغة التى لا تشبع أبدًا ، بحيث يستحيل ضمان جودة هذه المضامين الفكرية والأشكال الفنية ، بل إن أزمة الدراما التليفزيونية تبدو أكثر حدة إذا وضعنا فى اعتبارنا أنه فى مقابل كل عشر أفكار تصلح للراديو ، تصلح فكرة واحدة للتليفزيون . ولذلك ليس من العدل أن نتهم بعض الأعمال الدرامية فى الراديو أو التليفزيون بأن المسحة الصحفية تغلب على معالجتها لمضامينها الفكرية ، بحيث تركز على المتغيرات الاجتماعية وتهمل الثوابت الإنسانية التى جسدتها الأعمال المسرحية والروائية والسينمائية الكلاسيكية ، ذلك أن الدراما الإذاعية والتليفزيونية لا تستطيع التخلص من حتميات الاستهلاك اليومى ، شأنها فى ذلك شأن الصحيفة تمامًا ، برغم الاختلاف الواضح بين أسلوب التوصيل الصحفى التقريرى وأسلوب التوصيل الدرامى التجسيدى .

وكما تقدمت تكنولوجيا الصحافة ، تقدمت أيضًا تكنولوجيا الإذاعة والتليفزيون . فمثلاً تقدم فن الجمع بين الصوت «الحى» والصوت المسجل فى الراديو تقدمًا كبيرًا . فقد أصبح الكومبيوتر الآن قادرًا على تسجيل وتخزين كل أنواع الأصوات والمؤثرات الصوتية والخلفيات والمقاطع والمسامع التى يمكن إدماجها مع الحوار «الحى» أو فصلها عنه فى الدراما الإذاعية . فقد استطاع فن مزج الأصوات أن يحدث تأثيرات مبهرة أضافت الكثير إلى إيحاءات الدراما الإذاعية وامكاناتها التعبيرية . وهو نفس التقدم الذى أحرزته الدراما التليفزيونية ، وإن كان الكومبيوتر فى هذه الحالة يقوم بتخزين الصوت والصورة معًا ، ويضع هذه المادة الغنية تحت أمر المخرج فى أية لحظة . ولذلك أصبح الإخراج الإذاعى والتليفزيونى قادرًا على الوفاء بالطلبات المتجددة والملحة لإنتاج يشغل ساعات الإرسال التى تغطى الليل والنهار عبر قنوات لا تحصى .

لكن التقدم التكنولوجى الذى أحرزته الدراما التليفزيونية ، ظل عاجزًا عن تحقيق الإمكانات الخيالية التى تتمتع بها الدراما الإذاعية ، إذ إن اعتبارات الإنتاج وميزانيته المالية غالبًا ما تقف عقبة فى وجه هذه الطموحات الفنية . فالمؤلف الإذاعى طالما أبقى عدد شخصيات تمثيليته ضمن الإطار المعقول ، فإنه يستطيع أن يطلق العنان لمخيلته أو لقصته لتتجول حيث تشاء . فقد تعبر المحيطات والقارات فى رحلات مثيرة ، وتجوس فى المدن والأحراش دون عائق ، بحيث تتفوق على شطحات ألف ليلة وليلة . وليس هناك حد لتعدد المناظر التى يستطيع المؤلف تصورها والإيحاء بها . وتستطيع حركته أن تمضى بأقصى سرعة فى الطرق أو فى الأنفاق المظلمة ، ويستطيع أبطال تمثيليته أن يطارد بعضهم بعضًا فوق صخور شديدة الانحدار أو على حافة ناطحة سحاب ، وقد يستخدمون السفن أو الطائرات أو الغواصات أو سفن الفضاء أو أية مخترعات مستجدة . فالدراما الإذاعية تستطيع معالجة كل هذه المسامع دون نفقات إضافية ، أما فى الدراما التليفزيونية فيتعين على المؤلف أن يكون واثقًا من المكان الذى تتحرك فيه أحداثه فى حدود الميزانية المرصودة لها .

وفى الدراما الإذاعية يتصور المستمع الشخصيات طبقًا لنبرة وطبقة أصوات الممثلين وطريقة آدائهم ونطقهم التى تدل على مركزها الاجتماعى ولهجتها الإقليمية ومفرداتها التى تفضل استخدامها فى الحديث . أما تعبيرات وجوههم ، وحركات أيديهم ، وطريقتهم فى الوقوف أو الجلوس أو السير ، فإنها تبقى غامضة إلى حد ما ، وليست لها فى الواقع أهمية إلا بمقدار انعكاس ذلك على أصواتهم . أما المؤلف التليفزيونى فيجب عليه تحديد سمات شخصياته بالفعل ، سواء أكانت سمات جسدية أم نفسية . وطالما أنه مبدع هذه الشخصيات ، فهو المصدر الوحيد لأية معلومات عنها ، يطلبها المخرج أو مهندس المناظر أو الممثلون أو عامل

المكياج أو مصمم الملابس . فإذا كانت للشخصية لحية ، فأى نوع من اللحى لحيتها ؟ وإذا كانت تتوكأ على عصا فأى نوع من العصى ؟ وهكذا يتحتم على المؤلف أن يجيب عن مثل هذه الأسئلة . صحيح أنه ليس مجبرًا على تقديم إجابات تفصيلية ، لأن هذه التفاصيل من اختصاص الفنانين والفنيين القائمين على عملية الإنتاج والإخراج ، لكن عليه أن يشير عليهم بالطرق التى سيسلكونها . فهو يحدد لهم الفترة التى تدور فيها أحداث التمثيلية بأنها - مثلاً - فى أوائل القرن العشرين ، إما لدلالة تاريخية أو درامية ، وبذلك يقدم لهم الإطار الفنى الذى يتحركون داخل حدوده .

وهناك فارق واضح بين الراديو والتليفزيون يتمثل فى استخدام الراوى الذى يقوم بدور كأنه الساحر الذى لا يكتفى بنقل الحركة عبر الزمان والمكان ، بل يصور بصوته الجهورى أو الأجش المعبر ، المشاهد المتتابعة ، ويقدم الشخصيات الجديدة ، بل ويمكن أن يشارك فى الأحداث بصفته شاهد عيان . وغالبًا ما يحل للمؤلف مشكلات تبدو عويصة لأول وهلة . وحتى فى حالة النقاد أو المستمعين الذين قد يرون فى الراوى دورًا مصطنعًا ، فإنهم يحتملونه عندما يدركون أنه شر لابد منه . أما فى التليفزيون ، فليست هناك ذريعة لاستخدامه ، إذ يملك المؤلف وسيلتين للتوصيل هما الصوت والصورة . وإذا لم يمكن ربط المشاهد وإعدادها باحدى الوسيلتين ، فإنه يمكن ذلك بالوسيلة الأخرى ، وإن كان يفضل عادة استخدام الصورة فى الربط ، لأن التليفزيون فى النهاية صورة كما أن الراديو صوت . وإذا اضطر المؤلف التليفزيونى إلى استخدام الراوى فلابد أن يكون لديه أكثر من سبب قهرى أجبره فنيًا على ذلك . عندئذ يستطيع استخدام الراوى المختفى الذى نسمع صوته ولا نراه كما يحدث فى الراديو ، لكن يظل دوره مهما كان متقنًا ، مقطوع الصلة الحميمة والعضوية بطبيعة الدراما التليفزيونية.

ولا يعيب الدراما الإذاعية أن تكون لها أهداف صحفية مرتبطة بالظواهر الآنية التى يمر بها المجتمع ، والمشكلات الملحة التى يعانى منها . فالمضمون الفكرى الكامن فى جوهر الدراما الإذاعية هو مضمون اجتماعى إنسانى ومن الصعب أن يكون مضمونًا تجريديًا يلهث وراء المعانى والدلالات المطلقة التى لا يدركها كثير من المستمعين . ومن الطبيعى أن تركز الدراما الإذاعية على المتغيرات الاجتماعية ، لكنها لا تركز عليها فى فراغ ، بمعنى أنها لابد أن ترصد وتجسد أثر هذه المتغيرات فى ثوابت النفس البشرية ، مثلها فى ذلك مثل المسرحية أو الرواية أو الفيلم السينمائى ، وإن كانت تميل إلى المباشرة نظرًا لجمهورها الذى يصل إلى الملايين ، ويشمل معظم المستويات الثقافية والفكرية والحضارية فى المجتمع . ولذلك فهى تتوسل بالتغطية الصحفية على مستوى مضمونها الفكرى ، وبالصياغة الدرامية على مستوى شكلها الفنى . ولم تمنعها هذه التغطية الصحفية من أن تكون لها أعمال كلاسيكية رفيعة المستوى ، تدرس فى المعاهد والأكاديميات كنماذج أدبية وإعلامية استطاعت أن تصمد لاختبار الزمن . ذلك أن الصحافة كانت دائمًا نبعًا لا ينضب من المضامين والأفكار والمعانى والدلالات والإيحاءات ، لكثير من الكتاب المسرحيين والقصصيين والروائيين ، سواء اشتغلوا بالصحافة أم كانوا من متابعيها بطبيعة الحال . فإذا كان هذا هو أثر الصحافة فى فنون الأدب الكلاسيكى والإنسانى التى لا تنضوى تمامًا تحت لواء الإعلام كعلم وتكنولوجيا ، فمن باب أولى أن يكون أثرها أعمق فى الأعمال الفنية التى لا تصل إلى الجماهير إلا عبر القنوات الإعلامية ، وبالطبع فإن الدراما الإذاعية والدراما التليفزيونية تأتيان فى مقدمة هذه الأعمال الفنية . بل إن هناك مقولة ثبتت صحتها على مر الأيام ، وهى أنه من الصعب وجود إعلام وصحافة بدون فن وثقافة ، كما أنه من العسير وجود فن وثقافة بدون إعلام وصحافة . فهذه كله عناصر متفاعلة فى منظومة واحدة تشكل الثقافة والفكر والفن فى عالمنا المعاصر .



الفصل الرابع
الدور الثقافى للراديو

كان الدور الثقافى - ولا يزال - من أخطر المهام الملقاة على عاتق المنظرين والمخططين الإذاعيين ، بحكم المفهوم الشامل للثقافة التى تحتوى كل المعارف والمعلومات والعلوم والتكنولوجيا والفنون والآداب والأديان والسلوكيات والأخلاق بصفة عامة . أى أنها تشمل كل الأنشطة الإنسانية ، سواء أكانت إيجابية أم سلبية . فلم تعد الثقافة مجرد الإطلاع الواسع على شتى أنواع المعرفة والإلمام بأهم جوانبها ، بل أصبحت البوصلة التى تحدد مسار الإنسان فى سبل الحياة الحديثة المتشعبة ، والأداة التى تساعده على فهم قوانينها ، وكيفية التعامل معها ، وامتلاك القدرة على أن يكيف موقفه فى مواجهة متغيراتها وتقلباتها ، والارتقاء بمستواه الاجتماعى ؛ بمعنى أن وظيفة الثقافة هى وظيفة تنويرية وتربوية فى آن واحد ، وهى وظيفة الراديو على وجه التحديد ، وبالتالى فهو فى مقدمة القنوات التى تقوم بتوصيلها إلى أكبر قطاعات وفئات ممكنة من الجماهير . فمن خلال تعدد برامجه واختلاف أنواعها ، يستطيع توصيل كل المستويات الثقافية التى تتراوح بين الثقافة الكلاسيكية الرفيعة والثقافة الشعبية الفولكلورية .

وكما سبق أن ذكرنا فإن الدور الثقافى للراديو يزداد أهمية وضرورة فى المجتمعات التى تنتشر فيها الأمية أو التى تقل فيها عادة القراءة أو التى لا تصل إليها الصحف بانتظام . فالتثقيف بالراديو أسهل وأسرع من التثقيف بالكتاب أو الصحيفة بل والتليفزيون الذى قد يشغل المشاهد البسيط بصوره فلا يلتقط معانيه

وأفكاره بالدقة المطلوبة . ولذلك لا يزال الراديو صديق الأميين والبسطاء فى كل مكان ؛ مع الفلاح فى حقله ، والعامل فى ورشته ، والسائق فى سيارته ، وغيرهم من العمال والحرفيين الذين لا يستغنون عنه أبدًا ، خاصة بعد اختراع الترانزستور الذى سهل مهمة حمله ونقله تمامًا . فهو نافذتهم المفتوحة دائمًا على كل تيارات عالمهم المعاصر ، المحلية والعالمية ، وهو الأداة التى ساعدتهم على تجاوز حواجز أميتهم دون أن يمحوها ، فلم يعودوا فى حاجة إلى من يقرأ لهم الصحيفة ، وأصبحوا قادرين على استيعاب بعض ما يقوله المثقفون والمتعلمون حولهم ، بل والاشتراك فى المناقشات فى بعض الأحيان .

ويمكن القول بأن الثقافة المتدفقة من الراديو ، تعد ثقافة طازجة وساخنة فى حين تعد الثقافة المنشورة فى الصحيفة ، ثقافة معلبة وباردة . فهناك صلة حية ولحظية بين المستمع وصوت المذيع أو المتحدث ، خاصة إذا كان المذيع أو المتحدث يملك ناصية الإلقاء الرصين والمؤثر بطريقة نطقه للكلمات ، وتنسيقه للجمل ، وتحكمه فى النبرات والطبقات ولحظات التوقف والسكون ، والارتفاع والانخفاض ، مما يحمل فى طياته معانى ودلالات واستجابات ومشاعر ، تكاد توحى للمستمع بأن الحديث موجه إليه شخصيًا وأن المذيع فى انتظار تبادل الرأى معه . أما قارىء الصحيفة فلا يملك هذه العلاقة الحميمة مع الكاتب الذى يقرأ له ، حتى لو كان كاتبه المفضل ، وإن كان يملك حرية قراءة ما يريد فى أى وقت يشاء ، فى حين أن المستمع لابد أن يرتبط بميعاد إذاعة البرنامج الثقافى الذى يترقبه . أما عملية الاستيعاب فهى – فى أحيان كثيرة – أكثر سهولة مع الراديو منها عند قراءة الصحيفة ، خاصة إذا كان المتحدث بارعًا ولبقًا فى تنظيم أفكاره ، وتبسيطها بقدر الإمكان ، كما أن البنط الصغير السائد فى معظم الصحف الآن ، يمثل مشكلة لضعاف البصر أو الذين لا يريدون إجهاد عيونهم التى يمكن

أن يغلقوها تمامًا لمزيد من الاسترخاء والتركيز - فى الوقت نفسه - فى المادة الثقافية التى يقدمها الراديو . فمن الواضح أن هناك تفاعلاً من نوع حميم بين المستمع والراديو إذا ما قورن بتفاعل القارىء العقلانى مع صحيفته .

ولا شك أن قراءة الصحيفة تحتاج من القارىء دورًا أكثر إيجابية وجهدًا إذا ما قورن بالجهد المبذول فى استيعاب المادة الثقافية التى يبثها الراديو . فالكاتب الصحفى يشعر - سواء فى وعيه أو لاوعيه - أنه يكتب لقارىء يجيد القراءة والكتابة ، واستيعاب أساليب التعبير الفكرى والفنى المتعددة ، وأنه فى خلوته مع صحيفته يستطيع أن يفكر بتأن وتؤدة ، بل ويتأمل فيما يقرأه ويسترجع ما استغلق عليه لمزيد من الفهم ، وربما يسعى لقراءة ما بين السطور ، أما معد البرنامج الإذاعى و مقدمه ، فمتأكد أنه يخاطب مستويات ثقافية يصعب حصرها ، وبعض هذه المستويات لا يحاول أن يبذل جهدًا عقليًا وفكريًا لاستيعاب ما يستمع إليه ، مثلما يفعل قارىء الصحيفة ، وهى مستويات لا يمكن أن يتغاضى عنها الراديو ، بحكم أنه أشمل من أية قنوات أخرى للثقافة العامة . يساعده فى ذلك المساحات الزمنية الهائلة التى يغطيها إرساله ، وقدراته التكنولوجية الضخمة التى بدأت باستخدام الموجة القصيرة التى تدور حول الكرة الأرضية ثمانى مرات فى الثانية : أى بسرعة تعادل سرعة الضوء ، ثم جاءت الأقمار الصناعية لتجعل من العالم كله قرية صغيرة . وهى كلها إمكانات أتاحت للراديو أن يكثر من برامجه ، وينوع موضوعاتها ، وأساليب تقديمها ؛ مما يمنح المستمع فرصة اختيار ما يناسبه ، بحيث لا يركز عقله أكثر مما يحتمل ، خاصة وسط مشاغل الحياة المعاصرة وإيقاعاتها اللاهثة التى تدفع الإنسان دائمًا إلى البحث عن أيسر السبل وأبسطها لتحقيق أغراضه وأهدافه ، ومنها تطلعاته لتثقيف نفسه إذا كان حريصًا على الإلمام بمجريات الأمور فى دنياه .

لكن الراديو سلاح ذو حدين ، لأنه أداة محايدة يمكن استخدامها فى التثقيف أو فى تغييب العقل . فليست العبرة بالوسيلة ولكن بالغاية التى تتمثل فى المادة الثقافية التى يبثها الراديو ، وخاصة أن الراديو يتمتع بمصداقية كبيرة لدى الجمهور العريض والبسيط من المستمعين الذين يرون فيما يقوله مرجعًا يقيسون به ما يمرون به فى حياتهم . والزيف الذى يمكن أن يغلف ما يقوله ، تنتقل عدواه بالتالى إلى نظرة هؤلاء المستمعين إلى الحياة وسلوكهم فيها . فالراديو - ومن بعده التليفزيون - ليسا مجرد وسيلة لنشر الثقافة بين الجمهور العريض فحسب ، بل يساهمان فى صياغة مضمون الثقافة وتطويرها وتغييرها وإظهارها أو تجسيدها فى أشكال جديدة ، وبالتالى فإن أثرهما فى فكر الناس وسلوكهم لا يتوقف أبدًا . ولو كانت هذه الصياغة على غير أساس منهجى وعلمى وحضارى ، أو بهدف دعائى مغرض ، فإنها يمكن أن تؤدى إلى تشتيت العقل الجمعى ، أو صبه فى قوال تصيبه بضيق الأفق وقصر النظر .

وليست كل السلبيات التى يمكن أن تصيب الأداء الإذاعى ، هى عن عمد أو تخطيط ، بل ينتج بعضها عن تطورات غير متوقعة أو دخول عناصر لا تملك الكفاءة المفترضة للقيام بهذه المهمة الجماهيرية المؤثرة بقوتها الأدبية والمعنوية والاجتماعية التى لا يمكن تجاهلها . ولذلك حرصت المعاهد والمراكز والمؤسسات - فى الدول الديمقراطية على وجه الخصوص - على إجراء دراسات ميدانية ، سيكلوجية وسوسيولوجية ، لمعرفة النتائج السلبية التى تترتب على البث الإذاعى فى مجالات التحصيل الثقافى والمعرفى بهدف التخلص منها ، وبلورة النتائج الإيجابية لتدعيمها وترسيخها وتطويرها . فالراديو لا يقوم بالإرسال فحسب ، بل بالاستقبال أيضًا حتى يصحح مساره الإعلامى والثقافى أولاً بأول ، ولا يدخل فى طرق مسدودة أو متاهات جانبية .

والبرامج الثقافية تغطى الأنشطة الإخبارية والتحليلية والدرامية ، لقدرتها على استيعاب كل الإنجازات الفكرية والفنية لقنوات التوصيل التى سبقتها ، بل وطورتها حتى تناسب طبيعة أدائها التى تعتمد على عنصر الصوت فى توصيلها . فالتمثيلية الإذاعية استفادت من فن المسرحية كما عرفه الناس عبر العصور الماضية ، خاصة فى مجال الحوار الدرامى ، كما استفادت من الفيلم السينمائى فى مجال السرد والموسيقى والمؤثرات الصوتية . أما الحوار الإذاعى فقد استثمر التقاليد التى رسخها الحوار الصحفى قبله ، وإن اختلفت أساليب التوصيل بطبيعة الحال ، كذلك فإن الحديث الإذاعى قريب الصلة بالمقال الصحفى ، والتغطية الإخبارية والتحليلية تشبه إلى حد كبير الريبورتاج الصحفى ، أما الخبر الإذاعى والخبر الصحفى فيردان من مصادر واحدة مثل وكالات الأنباء والمندوبين والمراسلين لكل من محطات الراديو والمؤسسات الصحفية التى أصبح بعضها الآن يمتلك محطات للراديو والتليفزيون خاصة به . أما الخدمة الثقافية والفنية التى تفرّد بها الراديو فكانت فى مجال الموسيقى والغناء بكل أنواعهما الكلاسيكية والفولكلورية ، العالمية والمحلية . ولذلك يعد انتشار الراديو ، انتشارًا حقيقيًا للتذوق الموسيقى بين مختلف قطاعات الجماهير ، كما كان مكملاً ومدعمًا لوظائف الكتاب والصحيفة والمجلة والمسرح والسينما ، وليس منافسًا لها كما ظن البعض عند بداية انتشاره .

وإذا كان القضاء على الأمية الأبجدية لا يعد من المسئوليات الملقاة على عاتق الراديو لأنه لا يستطيع أن يقدم صورًا للحروف الأبجدية كى يراها المستمع ويحفظ أشكالها ، فإن الحرب التى خاضها الراديو للقضاء على الأمية الفكرية ، كانت بمثابة ظاهرة حضارية إيجابية فذة ، شكلت انتقالة بل طفرة هائلة فى مجال التنوير الفكرى والثقافى ، اعترف بها العالم أجمع . وهذه الأمية الفكرية لم تكن

قاصرة على الأميين التقليديين ، بل شملت أيضًا المتعلمين الذين اكتفوا بمعرفتهم للقراءة أو الكتابة أو بالمعارف التى حصلوها فى مراحل تعليمهم المختلفة ثم توقفوا عن الاطلاع والاستيعاب بعد ذلك . ولذلك فهم ينضوون تحت لواء الأمية الثقافية أو الفكرية ، وخاصة أنهم لم يعتادوا القراءة كنافذة رحبة تطل على العصر والمجتمع . فالقراءة تحتاج إلى تفكير وتأمل وجهد نفسى إلى حد ما ، ولذلك كان الراديو خير علاج ناجح لهذا الكسل أو التكاسل الفكرى والثقافى ، خاصة إذا كان يتوسل بالموسيقى الجذابة المثيرة للانفعال الممتع ، والمؤثرات الصوتية التى تصور للمستمع عالمًا رحبًا يتمنى أن يخوض فيه .

ومعظم المصابين بالأمية الثقافية والفكرية يخجلون من إظهار جهلهم بأمور دنياهم أمام الآخرين ، مما يدفعهم إلى الانزواء أو التزام الصمت وعدم الخوض فى أى نقاش ثقافى أو فكرى . ويصبح هذا المزيج من الحرج والتكاسل سلوكًا معتادًا بالنسبة إليهم . لكن العلاقة التى يمكن أن تكون حميمة بين الراديو والمستمع الفرد ، قد تؤدى إلى فتح نافذة رحبة على كهوف الأمية الثقافية فتبدد عتمتها . فليس هناك أدنى حرج كى يختلى المستمع بجهاز الراديو ، ويفتح له عقله وقلبه كى ينيرهما ، ويطلعه على أحوال العالم وهو مسترخ فى غرفة نومه ، دون أن يعانى من موقف التلميذ الجاهل أمام الأستاذ العالم ، أو يدفع مقابلاً لهذا التثقيف فى زمن أصبح فيه لكل شىء ثمن غال . ومع ذلك لم يكن الراديو إحلالاً لآليات الحضارة التكنولوجية الحديثة محل التربية التقليدية التى تعتمد على المواجهة المثمرة بين المعلم والطالب ، بل قام بترسيخها وتدعيمها وتنويع أساليبها ، من خلال تحقيق ديمقراطية الثقافة ونشرها على نطاق واسع بين الجماهير ، سواء بين الذين تخرجوا فى المدارس والمعاهد والكليات أو الذين لم يدخلوها أصلاً .

ومع بداية انتشار الراديو ، انتاب الخوف صفوة المثقفين الذين ظنوا أن عصر التفرد الثقافى قد انتهى ليحل محله عصر التنميط الثقافى الذى سيقضى

على الخصوصية الخلاقة والمبدعة لكل مثقف على حدة . فسوف تتلقى الجماهير العريضة من المستمعين نفس الأنماط المعرفية والثقافية والمعلوماتية ، فيصبحون نسخًا متشابهة وشائهة لا تملك أية قدرة على التفكير الأصيل النابع من ثقافتها الخاصة ، مما يؤدى بهم فى نهاية الأمر إلى الانخراط فى سلك القطيع الذى يحدد له القائد أو الراعى خط سيره . لكن سرعان ما ثبت عدم منطقية هذا الخوف لأن عقول الأفراد تختلف فيما بينها اختلاف بصمات الأصابع ، سواء فى أساليب الاستقبال أم الاستيعاب أم الهضم أم الإفراز . كذلك فإن العوامل الوراثية ، والفوارق البيئية والطبقية والعمرية والجنسية ، والخبرات السابقة ، والمعلومات المتراكمة ، وغير ذلك من العوامل التى يصعب حصرها ، يحول دون هذا التنميط الثقافى الذى يكاد يستعصى على أعتى النظم الشمولية والديكتاتورية .

وتنقسم البرامج الثقافية فى معظم محطات الراديو فى العالم إلى برامج عامة وأخرى خاصة . فالبرامج العامة هى الأكثر انتشارًا بطبيعة الحال ، وتكاد تغطى معظم البرامج ، إذا اعتبر كل برنامج يقدم للمستمع الإنجازات العلمية والفكرية والفنية والأدبية والحضارية ، برنامجًا ثقافيًا . وهذه النوعية من البرامج هى التى تمنح الشبكة أو المحطة مكانتها المرموقة على خريطة الإذاعات العالمية . وكلما شعر المستمع بمدى التنوير الذى يحصل عليه من هذه البرامج ، زاد ارتباطه بالمحطة ، ارتباطًا يمكن أن يتحول إلى عادة يومية . فهى ليست مجرد مصدر للمعلومات والمعارف بالنسبة له فحسب ، بل هى مدرسة توجد حيثما وجد لتعلم الخبرات والمهارات التى تفيده فى حياته العملية . وهو لا يجد صعوبة فى هضم الثقافة التى يبثها الراديو لأن القائمين على إعداد البرامج الثقافية العامة ، حريصون على تقديمها للمستمع العادى بأسلوب يجمع بين البساطة والسلاسة

والسهولة وبين الأصالة والموضوعية والمنهجية ؛ وأيضا على الجاذبية التى يجب أن تتوافر فيها ، باستخدام المسامع الموسيقية والعناصر الدرامية والمؤثرات الصوتية إذا كانت هناك ضرورة سمعية لاستخدامها . فالمادة الثقافية التى يتضمنها البرنامج قد تكون جافة فى حد ذاتها ، لكن أسلوب تنسيقها وإخراجها إذاعيًا يمكن أن يجنبها هذا الجفاف وبالتالى يجنب المستمع إحساسه بالملل الذى يمكن أن يؤدى به إلى الانصراف عن البرنامج كلية .

ومن الشروط التى يجب أن تتوافر فى البرامج الثقافية العامة ، أن تسعى دائمًا لتغطية كل أو معظم فروع الثقافة وأنواعها المختلفة . من هنا كانت ضرورة الخريطة الإذاعية التى توضع لتوزيع الاهتمامات والاختصاصات حتى لا يحدث أى نوع من التضارب أو التداخل أو الازدواج أو التنافس الذى لا لزوم له ، وأيضًا لبلورة مفهوم الثقافة وأنشطتها التى تختلف فى مقوماتها وأساليبها ومناهجها عن كل من التعليم والإعلام والإرشاد والتوجيه . قد تحتوى على عنصر أو آخر من هذه العناصر ، أو عليها كلها ، لكنها تظل فى النهاية نشاطًا إنسانيًا أكثر شمولاً من هذه العناصر ، لأنه لا يملأ العقل بالمعلومات أو التوجيهات أو الإرشادات أو النصائح المباشرة فحسب ، بل يعيد صياغة العقل نفسه ، ويضع له منهجًا ورؤية ومنظورًا يساعده على أن يسلك وسط دروب الحياة وشعابها بعيدًا عن المتاهات التى تشتت التفكير والجهد وتضيع الوقت فيما لا يجدى .

والخطورة الثقافية التى يحمل الراديو مسئوليتها ترجع إلى جلوسه على قمة الهرم الاجتماعى والثقافى ، حيث يضم خبراء وعلماء ومفكرين وروادًا ونقادًا فى شتى المجالات الثقافية ، يستطيعون من خلال محطاته وقنواته وشبكاته أن يفيضوا بخبراتهم وعلومهم وأفكارهم وآرائهم على أضلاع الهرم وجوانبه وممراته وسراديبه إلى أن يصلوا إلى قاعدته . أى أن الراديو يستطيع أن يبلور الوحدة

الثقافية للمجتمع بشكل قد لا تستطيعه الصحيفة أو الكتاب أو المدرسة أو المسرح أو السينما . فهو لا يقتصر على فرع معين من التعليم أو الثقافة ، بل يسعى دائمًا لإيجاد منظومة ثقافية شاملة ، يستطيع كل مستمع ، من الجماهير التى يصعب تحديد اهتماماتها المتعددة ، أن يجد ما يروق له من عناصر هذه المنظومة . وقد يجذبه أحد هذه العناصر إلى عنصر آخر وهكذا ، مما يوسع خلفيته الثقافية بقدر الإمكان .

أما البرامج الثقافية الخاصة فتتوجه إلى الصفوة أو النخبة . وغالبًا ما تخصص لها موجة يرتبط بها جمهورها الذى يهتم بمتابعة آخر الإنجازات فى شتى مجالات الثقافة ، وعلى أعلى مستوى علمى متخصص . وهذه البرامج ليست منبتة الصلة بالبرامج الثقافية العامة ، لأنها تشكل مجالاً حيويًا لاكتشاف الخبراء والعلماء والمفكرين والرواد والنقاد القادرين على الوصول بعلمهم وثقافتهم إلى أبسط المستمعين ، برغم أنهم قمم عالية فى تخصصاتهم . أما المتخصصون الذين لا يستطيعون تجاوز حدود الصفوة أو النخبة التى يتعاملون معها ، فيواصلون القيام بدورهم فى مجال البرامج الثقافية الخاصة .

ويضيق المقام عن محاولة الإلمام بأبعاد وأعماق الدور الثقافى الذى ينهض به الراديو ، حتى بعد ظهور التليفزيون وانتشاره وسيطرته على قطاعات عريضة من الجماهير . فالثقافة السمعية لا تزال تحمل الكثير من القدرة على التفكير العميق والتأمل العقلانى والتحليل المتأنى ، فى حين تبهر الثقافة البصرية العيون بألوان جذابة ، وأشكال لا تتوقف عن الحركة ، وصور تتتابع بلا فرصة للاسترخاء أو التقاط الأنفاس ، مما يؤثر بالسلب على قدرات التفكير والتأمل والتحليل ، التى تتيحها العلاقة الخاصة والحميمة بين المستمع والراديو .

الفصل الخامس

الراديو بين الدعاية والإعلان

تعتبر الدعاية من الوظائف الحيوية التى ينهض بها الراديو سواء فى الدول الديمقراطية أو الدول الشمولية ، وإن اختلف أسلوب توظيفها ، لكن الأهداف غالبًا ما تكون متشابهة . فهى تخاطب الفرد كما تخاطب الجماعة ، سواء أكانت كبيرة أم صغيرة ، بهدف توجيه أفكارها وسلوكياتها ، بأساليب توحى بالكثير من المصداقية ، وتسد كل مصادر الشك بقدر الإمكان ، وذلك للحصول فى النهاية على نتائج شبه محددة . والتأثير فى الجماهير لا ينفصل عن التأثير فى كل فرد على حدة ، ولذلك تسعى الدعاية للضرب على أوتار المشاعر والآمال والأمانى المشدودة داخل كل فرد ، والتى يرغب الجميع أو الأغلبية فى تحقيقها والفوز بها.

وتهدف الدعاية إلى إثارة العقل الفردى أو العقل الجمعى ، بهدف تحفيزه لاعتناق فكر أو توجه ما ، وبالتالى لكى يسلك بطريقة ما ، سلوكًا يترتب عليه عمل مادى معين . والنظم الديمقراطية تترك للفرد حرية السير على النهج الذى تدعو إليه أو رفضه ، لكنها واثقة فى النهاية أن دعايتها إذا نجحت فى تحريك أكبر وأوسع قطاعات ممكنة من الجماهير ، فسوف تجرف معها بطبيعة الحال الفرد الذى رفض توجهها عند البداية . أما النظم الشمولية فسرعان ما تحول توجهات الدعاية التى أعلنتها إلى ما يشبه التقاليد أو الأعراف أو المعايير أو القوانين التى يصعب على الأفراد خرقها .

وإذا كانت الدعاية إحدى الأدوات التى يستخدمها الكتاب والصحيفة والمجلة وأحيانًا المسرحية والفيلم السينمائى ، فإنها فى الراديو والتليفزيون تتحول

إلى مجال فسيح للغاية ، يتراوح بين الإعلام والإعلان ، بل ويمزج بينهما ، حتى يخفى الوجه السافر للدعاية بقدر الإمكان . فهى وسيلة يستخدمها المنتج أو التاجر للإعلان عن سلعه ، والحزب السياسى عن توجهاته العقائدية والسياسية ، والدولة سواء فى الداخل بين مواطنيها أو فى الخارج بين سائر الدول ... إلخ . ونظرًا للجماهيرية الكاسحة التى يتمتع بها كل من الراديو والتليفزيون ، فقد أصبحا فى مقدمة وسائل الدعاية بكل أنواعها السياسية والفكرية والدينية والتجارية وغيرها . لكن الدعاية السياسية تظل السلاح المفضل فى يد كل الأنظمة والحكومات والسلطات على اختلاف أنواعها .

والراديو يستطيع أن يجمع فى برامجه بين الثقافة والدعاية نظرًا للمساحة الزمنية الكبيرة والبرامج العديدة المتنوعة التى يتمتع بها ، وذلك برغم الاختلاف البين بين الثقافة والدعاية . فالدعاية تنقل إلى المستمعين التوجهات والأفكار والآراء غير المعروفة للجميع أو للأغلبية ، كما يمكن قبولها أو رفضها ، فى حين أن الثقافة تنقل ميراثًا فكريًا وسلوكيًا واجتماعيًا وإنسانيًا ليس للمستمع دخل فيه . فهى تنقل المعرفة التى تعتبر علمية ، والمهارة التى تعتبر عملية ، خاصة التى لها قيمة باقية فى المجتمع ، فى زمن معين بالذات ، أى أنها تسعى لتحصيل العقول والنفوس ما هو حاصل بالفعل فى الحياة . أما الدعاية فهى لا تكتفى بالأفكار المعروفة والآراء التقليدية بل تقدم آراء جديدة لم تكن معروفة من قبل ، سواء قوبلت بالترحيب أو بالنفور . ومع ذلك فإن الدعاية لم تحظ باحترام كبير عند معظم المفكرين على أساس أنها عمل سطحى ووقتى ، فى حين أن الثقافة تهدف إلى تكوين الشخصية الناضجة المتكاملة فكرًا وسلوكًا . لكن الدول الشمولية لا تعترف بهذه التفرقة بين الثقافة والدعاية ، وتهدف إلى تسخير الثقافة لتدعيم النظام القائم وترسيخه .

والبرامج الثقافية التى يبثها الراديو ، تساعد المستمع على أن يستقل برأيه وحكمه على الأشياء ، بل وتعلمه كيف يفكر ، أما برامج الدعاية فتعطيه ما ينبغى أن يفكر فيه ، ويشحن ذهنه بآراء معدة وجاهزة مسبقًا . ولذلك يصف الكاتب والصحفى الأمريكى ولتر ليبمان ، الدعاية بأنها محاولة التأثير فى شخصيات الأفراد ، والسيطرة على سلوكهم لأغراض تعتبر غير علمية وغير موضوعية ، وربما كانت ذات قيمة ليست فوق مستوى الشبهات ، فى مجتمع وزمن معينين . أى أنها عمل نفعى وسطحى ، يحدث من وقت لآخر ، طبقًا لما تمليه الظروف والأهداف الاستراتيجية أو التكتيكية . ولذلك فهى تغلق منافذ الحوار والنقاش والجدل بقدر الإمكان حتى لا تعوق تطبيق أهدافها بأسرع ما يمكن . أما الثقافة فتعتمد على التقدم البطىء لأنها تحتاج إلى التفكير العميق والتأمل العقلانى والتحليل المتأنى حتى ترسخ فى وجدان المستمع وفكره ، وتصبح جزءًا عضويًا من منهجه الفكرى والسلوكى فى الحياة .

لكن هذا لا يعنى أن الدعاية هى نقيض الثقافة ، إذ يمكن للدعاية أن تصبح وسيلة نقل فعالة ومؤثرة للثقافة ، خاصة إذا طبقت بأسلوب منهجى يتسم بالذكاء والمرونة والدبلوماسية ، واحترمت عقل المستمع . عندئذ تصبح الثقافة والدعاية منظومة متناغمة لصياغة العقل الناضج القادر على بناء الكيان الإنسانى الحر والمتزن والمتكامل . أما إذا انحرفت الثقافة بعيدًا عن أهدافها الحضارية الأصيلة ، وتحولت إلى مواقف سياسية وعقائدية ضد مواقف أخرى ، فإنها تتحول فى الحال إلى دعاية خبيثة وفجة ، وإن حاولت التخفى خلف أقنعة الثقافة . وهذا النوع من الدعاية المقنعة أو المستترة يطلق عليه مصطلح «الدعاية السوداء» ، فى حين يطلق مصطلح «الدعاية البيضاء» على الدعاية الصريحة أو المكشوفة أو المباشرة . وفى الحرب العالمية الثانية كان الراديو هو الأداة الرئيسية فى استخدام كل أنواع الدعاية البيضاء والسوداء وغيرها .

والدعاية المقَنّعة أكثر انتشارًا من الدعاية الصريحة لأن الناس تنفر عادة من سماع النصيحة والتوجيهات المباشرة لدرجة أن الإعلان نفسه يميل إلى استخدام الدعاية المقَنّعة سواء أكان فى الصحيفة أم المجلة أم الراديو أم التليفزيون . فالمستمع - مثلاً - يفاجأ بموسيقى يتخللها صوت مذيع وقور يعبر عن فكرة جذابة لا توحى فى البداية بأنها إعلان على الإطلاق ، بل هى معلومة مفيدة قابلة للتطبيق فى الحياة العملية . وتتكرر هذه الفقرة أكثر من مرة بحيث تشد انتباه المستمع الذى يكتشف فى النهاية أنها إعلان عن سلعة معينة بعد أن يكشف المعلن عن اسمها وسعرها وكيفية الحصول عليها . بل إن بعض المؤسسات والشركات قدمت من البرامج الإذاعية التسجيلية ما لا يمت بصلة إلى إنتاجها الذى تريد الإعلان عنه مثل البرامج التعليمية الممتعة والمثيرة التى تناسب الطلبة والشباب ، ثم تكتفى المؤسسة المعلنة فى النهاية بذكر اسمها والسلعة التى اشتهرت بانتاجها على سبيل التوقيع أو الإمضاء مما يثير احترام المستمع لمثل هذه المؤسسة التى تساهم فى رفع وعى الطلبة والشباب بحياتهم وعصرهم .

ولقد أصبح الراديو والتليفزيون الآن يعتمدان على الدخول الواردة من الإعلانات حتى فى حالة تبعيتهما للدولة . وعلى سبيل الاقتصاد والتوفير حرصت وكالات الإعلان على إنتاج إعلانات تصلح للراديو والتليفزيون فى الوقت نفسه ، بحيث لعب الصوت دورًا مواكبًا للصورة ، فإذا ما أذيع الإعلان بالراديو فإن مضمونه يصل كاملاً إلى المستمع بدون الصورة . أما إذا كان الإعلان مصممًا خصيصًا للتليفزيون فمن الأفضل الاعتماد على الصورة أكثر من الصوت . لكنه فى الحالتين يحتاج إلى تصميم وإخراج يحولان مضمون الإعلان إلى شريط صوت يجذب انتباه المستمعين ، أو فيلم تليفزيونى يغرى المشاهدين بمتابعته . ففى حالة الشريط الإذاعى لابد من استخدام الأدوات الفنية المختلفة كالصوت البشرى ،

والموسيقى المتميزة ، والمؤثرات الصوتية التى تثير انفعالات المستمع وتجعله يتذكر من حين لآخر السلعة الواردة فى الإعلان ، وفى حالة الفيلم التليفزيونى تضاف إلى هذه الأدوات الصوتية ، أدوات الصورة والحركة والتعبير والمناظر والاضواء والملابس والماكياج وغير ذلك من المؤثرات البصرية التى يجب أن تتفاعل سويًا فى منظومة متناغمة ، بهدف تجسيد مضمون الإعلان فى عيون المشاهدين . فالتصميم هو القاعدة الأساسية التى ينطلق منها الإعلان لإصابة أهدافه الترويجية عن طريق القنوات المسموعة ، والمرئية ، والجمالية الجذابة ، والمنطقية المقنعة سواء على مستوى الوعى أو اللاوعى . فلابد أن يضع مصمم الإعلان كل هذه الاعتبارات السيكلوجية فى ذهنه حتى يستطيع أن يصيب هدفه المحدد بقدر الإمكان .

وتلعب المساحة الزمنية دورًا حيويًا فى نوعية الأثر الذى يحدثه الإعلان فى المستمع أو المشاهد . فمن المعروف أن الإعلان الذى يحتل مدة طويلة ، يجذب الانتباه بصورة أفضل من الإعلان الذى لا يزيد على نصف دقيقة أو أقل . فمدة الإذاعة أو العرض الطويلة من شأنها أن تزيد من احتمالات سماعه أو مشاهدته . لكن هذه المدة الطويلة سلاح ذو حدين ، لأنها إذا لم تحتشد بوسائل الجذب الصوتى أو البصرى أو هما معًا ، مع تكرار مرات الإعلان ، فإن الإلحاح على المستمع أو المشاهد يمكن أن يصيبه بالملل والاستسخاف . ولا شك أن النفور من الإعلان يمكن أن يؤدى إلى النفور من السلعة التى يعلن عنها ، بحيث يأتى بعكس النتيجة المنشودة منه .

وقد يلعب توقيت إذاعة الإعلان دورًا أهم من مساحته الزمنية ، ذلك أن فترات الاستماع أو المشاهدة تتراوح بين ما يمكن أن يسمى فترات ميتة وفترات ذروة . ففى الفترات الميتة يقل الاستماع أو المشاهدة إلى أدنى حد ، وغالبا ما تكون فى ساعات النهار حين يكون معظم المستمعين أو المشاهدين فى مقار

أعمالهم ومدارسهم ومعاهدهم ، ولا يتبقى من جمهورهم سوى ربات البيوت أو المحالين إلى المعاش أو الملازمين للبيت لسبب أو لآخر . ولذلك تحرص محطات الراديو والتليفزيون على أن تذيع لهم الإعلانات عن سلع يحتاجون إليها مثل أدوات المنزل وأساليب تنظيفه وتنسيقه ، وأساليب الطهى ، خاصة الأكلات المستحدثة ، والأدوية التى تقاوم الشيخوخة ، والأجهزة الرياضية التى تناسب السن المتقدمة ... إلخ من لوازم هذا الجمهور . أما ساعات الذروة فى الاستماع أو المشاهدة فتتمثل بصفة عامة فى ساعات الاسترخاء بالمنزل بعد انتهاء عمل اليوم ، وهى تبدأ عادة من الخامسة مساء حتى منتصف الليل ، وتتمثل بصفة خاصة أو استثنائية فى المناسبات العامة التى تحرص الجماهير على متابعتها مثل المهرجانات القومية أو العالمية ، والدورات الأوليمبية ، والمباريات ذات الشعبية الجارفة ، والأحداث السياسية ذات الحساسية العالية ، وغير ذلك من المواد الإذاعية التى تهم معظم قطاعات الجماهير على اختلاف بيئاتهم وطبقاتهم واهتماماتهم وأعمارهم وثقافاتهم . ولذلك تذاع فى هذه الفترات إعلانات عن سلع تهم هذه القطاعات أو معظمها ، ولا شك أن أثرها أوسع وأعمق بكثير من الإعلانات التى تذاع فى الفترات الأخرى . ومعظم محطات الراديو والتليفزيون ترفع أسعار إذاعة الإعلانات فى فترات الذروة هذه .

لكن الهدف الاستراتيجى من الإعلان يكمن فى الوصول إلى الزبون الذى يقبل على السلعة أو الذى يجب أن يقبل عليها ، ثم يواصل تأثيره ليجذب زبائن جددا لم يكن لديهم أى اهتمام بهذه السلعة . وهذا الهدف يعتمد فى تحقيقه على البرامج الموجهة إلى قطاعات معينة ذات اهتمامات خاصة بها ، فإذا ما أذيعت إعلانات عن سلع متصلة بهذه الاهتمامات ، فإنها تحقق هدفها بنسبة كبيرة لأنها موجهة أصلاً إلى من يمكن تسميتهم بأهل الاختصاص أو المستهلكين الفعليين

للسلعة . فالإعلان عن الأزياء والملابس الحديثة للشباب وسط فقرات برامج الشباب والرياضة لابد أن يكون مثمرًا للغاية . ونفس المنهج ينطبق على أية سلع غذائية أو إلكترونية أو رياضية أو فنية أو تكنولوجية أو طبية أو سياحية أو ترفيهية ... إلخ . لكن هذا لا يعنى أن يظل الإعلان محصورًا فى هذه الحدود ، وإلا ظلت السلعة رائجة فى حدود لا تستطيع تجاوزها فى حين أن استراتيجية أى إعلان تهدف دائمًا إلى توسيع وتعميق المجال الاستهلاكى للسلعة بقدر الإمكان . ومن هنا كانت ضرورة تنويع فترات إذاعة الإعلان ، بالإضافة إلى تركيزه على البرامج المرتبطة بسلعته .

وهذا التنويع يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالسياسة الإعلانية التى يتبعها الراديو أو التليفزيون من حيث الكم أو الكيف . ذلك أن تزايد الفقرات الإذاعية والتليفزيونية وتنوعها قد يشكل عبئًا على ذاكرة المستمع أو المشاهد الذى لن يستطيع أن يلتقط كل ما جاء فيها ، وربما كان اسم السلعة نفسه ضحية لهذا الحشد المتواتر للإعلانات المتتابعة . ومن هنا كانت ضرورة تنويع الأوقات التى تذاع فيها الإعلانات ، لدرجة أنه أصبح من المعتاد قطع برنامج أو فيلم أو مسرحية أكثر من مرة لإذاعة إعلانين أو ثلاثة فى كل مرة ، بحيث لا تذاع الإعلانات متتابعة على مدى ما يصل إلى ساعة كاملة تحت بند «فقرة إعلانية» ، ذلك أن المستمع أو المشاهد الجالس فى انتظار برنامج يهمه لن يحتمل مثل هذه الفقرة الإعلانية لأنها ستصيبه بالملل ، وربما أغلق الجهاز حتى تحين إذاعة البرنامج الذى ينتظره . أما تنويع أوقات إذاعة الإعلانات فى فقرات سريعة لا تحتوى على أكثر من ثلاثة إعلانات ، فلن يصيب المستمع أو المشاهد بالملل ، ربما ضاعف من تشويقه لمعرفة ما سوف يلى من سياق البرنامج أو الفيلم الذى يتابعه .

ويعتبر التفرد عنصرًا حيويًا فى تثبيت الإعلان فى ذهن المتلقى سواء أكان مستمعًا أم مشاهدًا . وهذا التفرد يفرض على مصمم الإعلان أن يبتكر له شكلاً

مستوحى من طبيعة السلعة المعلن عنها ، وبشرط ألا يتشابه هذا الشكل مع إعلان آخر عن سلعة مشابهة . ذلك أن الشخصية المتميزة للإعلان ضرورة فنية وفكرية وتجارية لترويج السلعة ، فهى تساعد المتلقى على تذكره بل وحفظه فى بعض الأحيان كما يفعل الأطفال والصبية الذين تستهويهم موسيقى الإعلان أو الكلمات والحركات الواردة فيه بحيث تغريهم بمحاكاتها . أما إذا كانت الإعلانات المتتابعة كلها موسيقية غنائية ، أو تمثيلية حوارية ، أو تقريرية مباشرة ، فإن التشابه فيما بينها من شأنه أن يطمس ملامح التفرد لكل منها على حدة . ولذلك من الضرورى أن يتم الفصل بين الإعلانات المتشابهة باعلانات أخرى غير متشابهة ، بل إن هذا الفصل ضرورى أيضًا بين الإعلانات الموسيقية والبرامج الموسيقية ، بين الإعلانات الحوارية والبرامج الدرامية ... إلخ . وذلك للتشابه فى المعالجة والشكل بينهما ، مما يؤثر على تفرد الإعلان وجذب الانتباه التلقائى والمباشر إليه نظرًا لتشبع المستمع أو المشاهد بمادة البرنامج وإيقاعه ، بحيث يمكن أن يمر مر الكرام على الإعلان ذى المعالجة الفنية المشابهة للبرنامج المذاع . كذلك فإن من عناصر تفرد الإعلان أن تتم إذاعته بمفرده بلا إعلان سابق أو لاحق له ، وإن كان هذا من الصعب تنفيذه ، إلا إذا دفع المعلن سعرًا أعلى له .

ويتفنن مصممو الإعلانات فى اضفاء التميز والتفرد والجاذبية عليها ، ولا يتقاعسون فى استخدام أية غرائب أو عجائب أو حيل لجذب انتباه المستمع أو المشاهد للسلعة المعلن عنها . ففى التليفزيون مثلاً يمكنهم المزج بين الأبيض والأسود وبين الألوان لأن إدهاش المشاهد من أفضل الوسائل لترسيخ السلعة فى ذهنه ، كما يمكنهم توظيف الفكاهة ، والدعابة ، والكاريكاتير ، والعرائس ، ومهرجى السيرك ، والفنانين الشعبيين والشخصيات التاريخية التى يمكن أن تخلق نوعًا طريفًا من المفارقة ، واللمحات المثيرة التى اشتهرت بها الأفلام أو المسلسلات

البوليسية ، والاستعراضات الراقصة بألوانها المبهرة ... إلخ . لكن هذا التميز يعتمد أساسًا على الإمكانات المادية التى يمتلكها المعلن ، وهى إمكانات يمكن أن تكون متواضعة فتلجأ إلى الإعلان التقريرى المباشر ، أو متوسطة القدرة فتستعين بالإعلان الحوارى أو التمثيلى ، أو راسخة فتوظف الموسيقى والأغانى والاستعراضات الباذخة ، أو كبار المغنين ونجوم السينما والتليفزيون الذين يغرم الجمهور بمحاكاتهم فى كل تصرفاتهم وميولهم . فالسلعة التى يفضلها النجم الكبير ، يفضلها بالتالى عشاق فنه .

وقد أصبحت الفكاهة والكاريكاتير والمفارقات الكوميدية من أهم عوامل جذب انتباه المتلقى إلى السلعة المعلن عنها . فمن المعروف سيكلوجيًا أن الضحك يريح النفس المجهدة والمكدودة ، أى أنه يسرى فيها بالسعادة التى تفتقدها فى صراعاتها اليومية وايقاعها اللاهث والإنسان بطبيعته لا يحب نسيان لحظات السعادة التى مر بها من قبل ، بل لا مانع عنده من أن يجترها بين الحين والآخر على سبيل تخفيف وطأة الحياة . وعلى سبيل الارتباط الشرطى فإنه يتذكر بطبيعة الحال الشىء الذى ارتبط بهذه اللحظات السعيدة والضاحكة ، وربما حكاها لأقرانه على سبيل التفكه والمرح والدعابة ، فيتحول دون أن يدرى إلى معلن متنقل للسلعة . ولذلك يقلد الممثلون فى الإعلانات كبار نجوم الكوميديا مثل تشارلى تشابلن ولوريل وهاردى وغيرهم فى سياق يذكر الجمهور بأفلامهم الكلاسيكية وفى الوقت نفسه يذكره بالسلعة المعلن عنها .

أما عنصر الحركة فلا يمكن الاستغناء عنه فى إعلانات الراديو والتليفزيون لأن بداية الحركة هى بمثابة بداية جذب انتباه المستمع أو المشاهد ، الذى يتطور بعد ذلك مع تطور الحركة . ففى إعلانات الراديو يتمثل عنصر الحركة فى تغيير الإيقاع الصوتى بعد لحظة سريعة من الصمت ، خاصة عندما يدخل اثنان من

الممثلين فى حوار حول فوائد السلعة وإمكاناتها ، ويفضل دائمًا أن يكون بين ممثل وممثلة حتى يساعد التنويع الصوتى على إضفاء الحيوية والحركة على الإعلان . كذلك فإن تلوين اللقاء من شأنه أن يطرد عنصر الرتابة عن الإعلان وعنصر الملل عن المستمع . أما فى التليفزيون فإن إمكانات الحركة ومفرداتها لا تحصى برغم الكادر الصغير الذى يحيط بشاشته . وهى توظف عنصرى الحركة المرئية والصوت المسموع فى آن واحد كى تصل إلى أعمق تأثير ممكن فى المشاهد ، فهى منظومة متناغمة ، تتفاعل داخلها المؤثرات المرئية من ألوان وحركات وتتابع مناظر ، والمؤثرات الصوتية من كلمات حوارية ووسيقى وأغان يمكن أن تتراوح بين الأساليب الكلاسيكية أو الخفيفة أو الشعبية .

وتعد فكرة الإعلان معيارًا أساسيًا ومبدئيًا لنجاحه أو فشله . فالأفكار المستهلكة والتقليدية والمتكررة تنقل انتباه المتلقى من الإعلان الراهن إلى الإعلانات السابقة التى حاول تقليدها ومحاكاتها ، أى أنه يحول الانتباه بعيدًا عن السلعة نفسها . ويمكن أن تؤدى الفكرة الساذجة إلى إعلان ساذج يوحى بسذاجة السلعة نفسها بأسلوب غير مباشر ، فلا شك أن الفكرة المبتكرة والقوية والعميقة تنعكس بعناصرها الإيجابية والمؤثرة على السلعة وعلى المتلقى فى آن واحد . لكن هذه الفكرة يمكن أن تفقد أثرها لو أنها عولجت وأخرجت بأسلوب سطحى وساذج ، ذلك أن المضمون الفكرى لا ينفصل عن الشكل الفنى فى الإعلان ، مثله فى ذلك مثل أى عمل فنى آخر . كذلك فإن الإخراج المبتكر لا يضيف كثيرًا إلى الإعلان إذا كانت فكرته تافهة لأن المتلقى لابد أن يقتنع بالفكرة أولاً حتى يمكنه الاستمتاع بجماليات الإعلان ، بل إن مصداقية الفكرة تتفاعل لحظة بلحظة مع جماليات الإخراج لأن الاثنين فى النهاية هما وجهان لعملة واحدة هى الإعلان الناجح المؤثر فى المتلقى ، والمحفز له لشراء السلعة أو طلب الخدمة

المعلن عنها . فمثل هذا الإعلان يوجد علاقة حميمة بين المستهلك وبين السلعة أو الخدمة المعلن عنها .

وهناك مفارقة حرجة لابد أن يضعها مصممو الإعلان فى اعتبارهم ، وتتمثل فى أن جذب الانتباه إلى الإعلان لا يعنى بالضرورة جذبه إلى السلعة المعلن عنها ، إذا لم يتم التركيز النفسى والعقلى على السلعة أو الخدمة نفسها . فالانتباه إلى الإعلان لابد أن يؤدى إلى الاهتمام بالسلعة أو الخدمة ، وإلا فقد الإعلان جدواه وأصبح مجرد مجموعة من الأصوات أو الصور ، أو بالأحرى مجرد ضجيج صوتى وتشويش مرئى بلا هدف استراتيجى محدد . ففى الفن التشكيلى يركز الفنان على ما يعرف بالبعد البؤرى فى لوحته ، حيث تنجذب عين المشاهد إليه بصفته مركز الثقل أو قوة الدفع التى ستجرى بالعين على بقية أجزاء اللوحة . وينطبق نفس المنظور الجمالى على الإعلان حيث تقع السلعة فى البعد البؤرى للإعلان ، فتجذب إليها أذن المستمع أو عين المشاهد ، ثم تأتى بعد ذلك تفاصيل الإعلان التى تؤكد ميزات وإمكانات السلعة أو الخدمة . ولذلك يعمل الشكل الفنى على جذب الانتباه إلى الإعلان فى حين يسعى المضمون الفكرى إلى صب الاهتمام على السلعة أو الخدمة . وهذا لا يعنى أن الانتباه مرحلة سابقة على الاهتمام بل هما عنصران متلازمان ومتفاعلان من بداية الإعلان حتى نهايته . صحيح أن الأذن تسمع أولاً وكذلك العين ترى أولاً ، لكن فى اللحظة ذاتها يعمل العقل على الفور.

ويجب ألا يشعر المستمع أو المشاهد أن الهدف من الإعلان هو دفعه إلى شراء السلعة فحسب ، وإنما يجب أن يتأكد من أن المنتج يسعى لإشباع حاجة من حاجاته التى لم تشبع بعد ، أو التى لم تشبع بالطريقة التى يطمح إليها . من هنا كانت ضرورة تسليط الأضواء الفاحصة على الإمكانات والمزايا التى يمكن أن يفوز بها المستهلك إذا ما اشتراها . إن المضمون الفكرى والشكل الفنى لابد أن

يكونا فى خدمة هذه الإمكانات والمزايا وبلورتها . وأحيانًا يستعين بعض المصممين أو المخرجين بنماذج عادية من البشر كى تقص على المستمعين والمشاهدين تجاربها الناجحة مع السلعة أو الخدمة المعلن عنها ، وكيف استفادت من إمكاناتها ومزاياها التى لم تلمسها فى سلع أخرى مشابهة . فالتجربة العملية السابقة لها مصداقية مقنعة ، خاصة إذا كانت من نماذج بشرية عادية بسيطة ، ولا تعرف حيل الإعلان وألاعيبه .

كذلك فإن التركيز التقريرى المباشر على مزايا السلعة أو الخدمة ، دون العناية بالإقناع الفكرى والشكل الجمالى للإعلان ، يمكن أن يثير نفور المستمع أو المشاهد عندما يجد نفسه وقد أصبح تلميذًا فى مدرسة المعلن الذى يلقنه درسًا مملاً ونصائح أبوية كى يسارع ويشترى السلعة . فالإعلان فى جوهره مزيج من الإقناع المنطقى والإغراء الجمالى ، وبدون هذين العنصرين يفقد الكثير من تأثيره فى المتلقى . ولذلك يبدو المصممون والمخرجون الراسخون فى تقاليد الفن والحرفة ، وكأنهم منحازون تمامًا للمستهلك تطبيقًا للمبدأ المشهور «الزبون دائمًا على حق» ، فهم يعبرون عن وجهة نظره التى استنبطوها من التيارات والميول الاستهلاكية العامة التى تسود المجتمع فى فترة من الفترات ، وبالتالى فهم ينأون عن أن يكونوا مجرد بوق أجوف للمعلن أو المنتج . ومن أدواتهم فى هذا المجال مخاطبة المستهلك بصفة فردية وحميمة ، تجعله يشعر فى لاوعيه أنه مركز اهتمام شخصى من المعلن . ولذلك تبدو مخاطبة جمع المستهلكين بصفة عامة مبدأ مرفوضًا تمامًا . فالإعلان ليس خطبة أو عظة أو نداء موجها إلى مجموعة من البشر للعمل بما جاء فيه ، بل هو مباراة ممتعة أو يجب أن تكون كذلك ، بل هو المباراة الوحيدة التى يمكن أن يفوز فيها الطرفان فى النهاية : المعلن والمستهلك .

ومن التقاليد التى أرساها خبراء الإعلان أن الإسم التجارى للسلعة أو اسم المؤسسة أو الشركة التى تقدم الخدمة المعلن عنها ، يجب أن يكون واضحًا

وسهلاً فى قراءته والنطق به . وإذا لم يكن هو اسم الشركة التى تنتجه ، فمن الأفضل أن يكون له معنى يمكن أن يحمل فى طياته وظيفة السلعة أو الخدمة نفسها . فالمستمع أو المشاهد الذى يعجز عن النطق السليم لاسم السلعة لصعوبته ، أو معناه لغموضه ووعورته ، سيجد حرجًا فى طلبه من المحال التى تُسَوِقه ، لكنه لن يجد أى حرج فى طلب سلعة أو خدمة أخرى لها نفس الوظيفة لكن اسمها سهل ومعناها سلس وواضح .

ومن المعروف أن داخل المستهلك أوتار مشدودة تجاه مطالب الحياة بصفة عامة ، وعلى خبير الإعلان أن يبحث عن هذه الأوتار لكى يعزف عليها بمهارة حتى يستجيب له . وتكون الإستجابة على أفضل وجه ممكن عندما يدرك المستهلك مدى السهولة التى يستخدم بها السلعة أو الخدمة ، ومزاياها الجديدة التى لن يجدها فى السلع أو الخدمات السابقة عليها ، وأسعارها التى تناسب قدرته الشرائية ، واقتناعه بأنه سيحصل على السلعة التى تمناها من قبل ، وذلك لاستشعاره مصداقية الإعلان الذى تجنب أساليب المبالغة والتهويل . وتصل هذه المصداقية إلى قمتها عندما يستعين مصمم الإعلان بشهادة الخبراء وأهل الاختصاص المشهورين فى مجال انتاج السلعة المعلن عنها ، فإن إدلاءهم بمثل هذه الشهادة لصالح السلعة أو الخدمة ، من شأنه أن يؤكد جودتها فى نظر المستهلك الذى ينظر إلى الخبير أو الإخصائى نظرته إلى العالم الموضوعى المحايد . فهذه الشهادة العلمية والعملية من أهم البراهين التى تقنع المستهلك بتصديق ما ورد عن السلعة أو الخدمة من مزايا وامكانات .

وتعتبر لغة الإعلان من أهم الوسائل التى تفتح قلب المستهلك وعقله له . فكلما كانت مفردات الإعلان قريبة من المفردات التى يستخدمها المستهلك فى حياته اليومية ، كان أثرها فعالاً ومحفزًا له على الإقبال عليها . فهو يشعر أن كلمات

الإعلان هى صدى لما يدور داخله من أفكار وآراء وآمال وتطلعات ، وبالتالى فهى قريبة جدًا إلى قلبه وعقله . وهذا الإحساس بالألفة يدفع المستهلك إلى جعل السلعة أو الخدمة جزءًا من حياته . وهذه المفردات ليست قاصرة على كلمات الإعلان فحسب ، بل تشمل أيضًا الصور والرسوم والمواقف واللمحات المستقاة من حياة المستهلك وحاجاته اليومية . ولذلك يجب أن يكون مصمم الإعلان ومخرجه على دراية واسعة وعميقة بالتيارات الاجتماعية والاقتصادية والفكرية والثقافية والسلوكية السائدة فى المجتمع ، حتى يمكن توظيفها للتأثير فى أكبر عدد ممكن من المستهلكين ، وخاصة أن شعور المستهلك بأن السلعة المعلن عنها لها خاصية الانتشار والشعبية بين مختلف قطاعات الجماهير ، يساهم فى المزيد من الاقبال عليها ، فالمستهلك لا يحب أن يتخلف عن شىء بادرت الأغلبية إلى الحصول عليه .

والحملات الإعلانية المكثفة تسعى دائمًا إلى ترسيخ فكرة الإعلان فى أذهان المستهلكين ، إما بهدف التعود على شرائها كلما نفدت ، أو الإقبال على شرائها لأول مرة . والأسلحة التى تستخدمها هذه الحملات لتحقيق أهدافها تتمثل فى القضاء على أى تردد يمكن أن يحدث داخل المستهلك ويؤثر على عزمه على الشراء . والإيحاء اللماح المستتر فى هذه الحالة أفضل من التوجيه المباشر . أما على المستوى العملى فإن التسهيلات فى الدفع مثل التقسيط دون فوائد كبيرة وعلى آجال متباعدة ، أو توصيل الطلبات إلى المنازل ، أو طلبها بالتليفون ، أو انتشار أو فتح فروع أو توكيلات جديدة فى مختلف المواقع السكنية ، كل هذا من شأنه أن يجعل الإعلان مؤثرًا ومثمرًا إلى حد كبير . كذلك فإن التخفيضات الموسمية فى أسعار السلع أو الخدمات ، وتقديم الهدايا للعميل الذى يشترى سلعًا بمبلغ يحدده صاحب المحل ، وغير ذلك من وسائل إغراء المستهلكين ، يمد مصمم الإعلان بعناصر جذب قوى للجمهور .

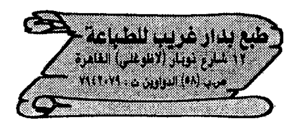
والاستراتيجية الإعلانية ذات النفس الطويل تحرص على أن تجعل من المستهلك العابر الذى اجتذبته لشراء السلعة ، مستهلكًا مستديمًا يحرص على اقتنائها كلما نفدت لديه . ولذلك فإن تخفيف الحملة الإعلانية إلى درجة تصبح عندها غير مؤثرة ، أو قطعها تمامًا ، يؤدى إلى نتائج سلبية . فالمستهلك الذى تختفى السلعة عن أذنه من الراديو أو عن عينه من التليفزيون ، يمكن أن يعتقد أن انتاجها قد توقف ، أو أن الشركة المنتجة لها قد تدهورت أحوالها الاقتصادية بحيث لم تعد قادرة على القيام بالإعلان عن سلعها أو خدماتها . إن استمرار الحملة الإعلانية بطريقة أو بأخرى من شأنه ربط المستهلكين بالسلعة ، وإغراء مستهلكين جدد للانضمام إلى السابقين عليهم . ولذلك فإن الإلحاح الإعلانى الذكى واللماح والمتنوع ، وليس التقريرى والمتكرر والممل ، من خلال الراديو أو التليفزيون ، يمكنه تحويل السلعة أو الخدمة إلى مظهر شائع من مظاهر العصر أو المجتمع ، بل يمكن أن تصبح بالنسبة للجمهور العادى أو رجل الشارع بدهية لا تقبل النقاش أو الجدل .

وإذا كان الإعلان عملية تذكير متجددة بالسلعة ، فذلك لأنه يضع فى اعتباره كل مستويات المستهلكين بمن فيهم من ضعاف الذاكرة أو الذين تجرفهم تيارات الحياة بعيدًا عن التفكير المتأنى . فالتذكر شرط أساسى للسؤال عن السلعة وشرائها ، ومن هنا كانت ضرورة الالحاح الذى لا يلجأ إلى التكرار الرتيب الممل ، لأنه كفيل بترسيخ اسم السلعة أو الخدمة فى ذهن المستهلك سواء على مستوى الوعى أو اللاوعى . ونظرًا لأن الإعلان فى الراديو أو التليفزيون يذاع قبل أحد البرامج أو بعده أو فى أثنائه ، فإن جاذبية البرامج تشد اهتمام المستمع أو المشاهد إليها وبالتالى إلى الإعلانات المذاعة معها . والارتياح أو الترويح الذى يستشعره المستمع أو المشاهد فى أثناء متابعته لبرنامج ممتع أو مثير أو جذاب ،

يجعل صدره أكثر رحابة للإعلانات المذاعة أيضًا . فى مثل هذه اللحظات ترتفع قدرة المستمع أو المشاهد على الاستيعاب والتذكر فلا يضيع أثر الإعلان فى وجدانه وعقله . ولذلك يحرص معظم المعلنين على اذاعة إعلاناتهم مع البرامج الجماهيرية المفضلة عند معظم المستمعين أو المشاهدين .

وإذا كان الإعلان ضرورة معاصرة لا يمكن أن يتجاهلها أى منتج يعى جيدًا مدى التأثير الذى يمارسه كل من الراديو والتليفزيون فى معظم الناس على اختلاف قطاعاتهم وفئاتهم ومستوياتهم ، فإنه ضرورة أيضًا بالنسبة لمحطات الراديو والتليفزيون ، خاصة إذا كانت من الإذاعات الأهلية أو المملوكة للمؤسسات الصحفية الكبيرة أو الشبكات الإذاعية العملاقة كما هو الحال فى أمريكا مثلاً ، لأن الإعلان يشكل الجزء الأكبر فى ميزانياتها ومواردها . وحتى الإذاعات الرسمية أو المملوكة للدولة سعت جاهدة لجذب الإعلانات التجارية ، برغم أن الحكومات تقوم بتمويلها . فمع المد التجارى والطوفان المادى والآليات الاقتصادية التى تتحكم فى عالمنا المعاصر ، لم يعد فى استطاعة أى فرد أو مؤسسة أو حكومة أو حتى دولة أن تتقاعس عن زيادة مواردها بكل الوسائل المتاحة . وقد أثبتت الأيام والتجارب والدراسات أن فن الإعلان عبر الراديو والتليفزيون يأتى فى مقدمة هذه الوسائل .

تم بحمد الله


طبع بدار غريب للطباعة
١٢ شارع نوبار (لاظوغلي) القاهرة
ص.ب (٥٨) الدواوين ت : ٧٩٤٢٠٧٩